



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa  
proveedora del Programa Qaliwarma-2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACÁDEMICO DE:**  
**MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**AUTORA:**

Br. Julia Idola Chávez Villanueva

**ASESOR:**

Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto

**SECCIÓN**

Ciencias empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Responsabilidad Social

**2018**

Página del Jurado

***Dra. Roxana Beatriz Gonzales Huaytahuilca***

.....

Presidente

Mg. Fernando Alexis Nolazco Labajos

.....

Secretario

Dra. Luzmila Lourdes Garro Aburto

.....

Vocal

**Dedicatoria**

El presente trabajo de Investigación es un ejemplo de voluntad y perseverancia cuando se tiene metas de crecimiento y desarrollo personal, y está dedicado especialmente a mis hijos, que son mi razón de vida.

**Agradecimiento**

Mi gratitud, a mis padres Humberto e Idola, a mis hijos Lizet, Michelle y Enrique, a mis hermanos Mónica, Ronald, Elena, a mi mamá Arminda y mis queridas amigas Mónica Ugarte y Rosalba Peralta, a la empresa Soluciones Alimenticias SAC, GG Guillermo Bernal, mis compañeros de trabajo, y todos por su apoyo moral e incondicional que siempre me brindaron en el desarrollo de la presente tesis, Quedare de ustedes eternamente agradecida.

### **Declaración Jurada**

Yo, Julia Idola Chávez Villanueva, estudiante del Programa Maestría en Administración de Negocios (MBA), de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 22090516, con la tesis titulada “Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de abril de 2018

Julia Idola Chávez Villanueva

DNI: 22090516

## **Presentación**

A los Señores Miembros del Jurado de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo, Filial Lima presento la Tesis titulada: Responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo; para optar el grado de: Magister en Administración de Negocios (MBA).

La información se ha estructurado en ocho capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad.

En el primer capítulo se expone la introducción. En el segundo capítulo se presenta el método. En el tercer capítulo se muestran los resultados. En el cuarto capítulo abordamos la discusión de los resultados. En el quinto se precisan las conclusiones. En el sexto capítulo se adjuntan las recomendaciones que hemos planteado, luego del análisis de los datos de las variables en estudio. En el séptimo capítulo presentamos las referencias bibliográficas y finalmente en el octavo capítulo los anexos de la investigación.

Por lo expuesto señores miembros del jurado, recibimos con beneplácito vuestros aportes y sugerencias, a la vez que deseamos sirva de aporte a quien desea continuar un estudio de esta naturaleza.

La autora

## Índice

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
<b>Resumen</b>	xi
<b>Abstract</b>	xii
<b>I. Introducción</b>	<b>13</b>
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	21
1.4. Formulación del problema	34
1.5. Justificación del estudio	35
1.6. Hipótesis	35
1.7. Objetivos	36
<b>II. Método</b>	<b>37</b>
2.1. Diseño de investigación	38
2.2. Variables Y operacionalización	39
2.3. Población y muestra	42
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	43
2.5. Métodos de análisis de datos	47
2.6. Aspectos éticos	47
<b>III. Resultados</b>	<b>48</b>
<b>IV. Discusión</b>	<b>60</b>
<b>V. Conclusiones</b>	<b>64</b>
<b>VI. Recomendaciones</b>	<b>66</b>
<b>VII. Referencias</b>	<b>68</b>

## **VIII. Anexos**

Anexo 1: Artículo Científico

Anexo 2: Instrumentos de investigación

Anexo 3: Base de datos

Anexo 4: Confiabilidad

Anexo 05: Validación de expertos

Anexo 06: Oficio donde se realizó el estudio



## Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de variable responsabilidad social	40
Tabla 2. Operacionalización de variable sostenibilidad	41
Tabla 3. Validez de contenido de los instrumentos	45
Tabla 4. Nivel de confiabilidad del instrumento responsabilidad social	46
Tabla 5. Nivel de confiabilidad del instrumento sostenibilidad	46
Tabla 6. Distribución de datos de la variable responsabilidad social	49
Tabla 7. Distribución de datos dimensión responsabilidad ética	50
Tabla 8. Distribución de datos dimensión responsabilidad legal	51
Tabla 9. Distribución de datos dimensión responsabilidad económica	52
Tabla 10. Distribución de datos según la variable sostenibilidad	53
Tabla 11. Distribución de datos según la dimensión aspecto económico	54
Tabla 12. Distribución de datos según la dimensión aspecto social	55
Tabla 13. Distribución de datos según la dimensión aspecto ecológico	56
Tabla 14. Prueba de Spearman responsabilidad social y sostenibilidad	57
Tabla 15. Prueba de Spearman responsabilidad ética y sostenibilidad	58
Tabla 16. Prueba de Spearman responsabilidad legal y sostenibilidad	59
Tabla 17. Prueba de Spearman responsabilidad económica y sostenibilidad	60

## Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Datos según la variable responsabilidad social	49
Figura 2. Datos según la dimensión responsabilidad ética	50
Figura 3. Datos según la dimensión responsabilidad legal	51
Figura 4. Datos según la dimensión responsabilidad económica	52
Figura 5. Datos según la variable sostenibilidad	53
Figura 6. Datos según la dimensión aspecto económico	54
Figura 7. Datos según la dimensión aspecto social	55
Figura 8. Datos según la dimensión aspecto ecológico	56

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

La investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de tipo básica, siendo descriptivo y correlacional, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar el instrumento cuestionario para las variables con una escala de Likert, en la cual la muestra brindó información acerca de las variables de estudio y sus dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente. Siendo un muestreo probabilístico puesto que todos los trabajadores tienen la misma opción de ser elegidos.

A través de los resultados obtenidos se observó que el 32.04% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la variable responsabilidad social, el 49.51% presentan un nivel medio y un 18.45% un nivel bajo y el 36.89% perciben un nivel alto con respecto a la variable sostenibilidad, el 45.63% un nivel medio y un 17.48% un nivel bajo. Y con respecto a la comprobación de la hipótesis en la tabla 14 la variable responsabilidad social está relacionada directa y positivamente con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula.

*Palabras clave:* Responsabilidad social, sostenibilidad, económico, social y ecológico.

## **Abstract**

The research aimed to determine the relationship between social responsibility and sustainable development of the provider of the program Qaliwarma, 2017.

Research used for its intended purposes Basic, descriptive and correlational type non-experimental design, which collected the information in a specified period, that was developed by applying the instrument questionnaire for the variables on a scale of Likert, in which the sample provided information about the variables of study and its dimensions, whose results are presented graphically and textually. Being a sampling since probability that all workers have the same option be chosen.

Through the results obtained it was observed that the 32.04% of surveyed workers have a high standard with respect to the variable social responsibility, the 49.51% have a medium and a 18.45% a low level and the 36.89% perceive a high level with with respect to variable sustainability, the 45.63% a medium level and a 17.48% a low level. And with respect to the verification of the hypothesis in the table 14 the variable social responsibility is related directly and positively variable sustainability, according to the Spearman correlation of 0.687 represented this as moderate result with one statistical significance of  $p = 0.001$  being less than 0.01. Therefore, accepted the main hypothesis and the null hypothesis is rejected.

*Key words:* social responsibility, sustainability, economic, social and ecological

## **I. Introducción**

### **1.1. Realidad Problemática**

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial RSE en la historia, ha venido evolucionando a partir de principios del siglo XX y son muchos los autores que han contribuido con sus aportes a la construcción de su definición. Teniendo en cuenta que las empresas, sean ellas de cualquier tipo y tamaño, están operando en un mundo cada vez más globalizado, en donde no se pueden abstraer de la sociedad y de las comunidades que atienden.

Todas las empresas por su mismo carácter consumista, si no acompañan su gestión empresarial con términos de responsabilidad social empresarial significan una amenaza no solo para la sociedad y el medio ambiente, sino para sí mismas, pues carecen de sostenibilidad. A su vez, las empresas por su carácter competitivo se obligan a estar en una búsqueda constante de estrategias que les permitan el logro de sus objetivos, cualquiera que estos sean.

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en uno de los motores que le proporciona ventajas competitivas a la organización, contribuyendo a su capacidad para atraer, motivar y retener a los trabajadores, recibiendo de ellos compromiso y productividad, asimismo, una gestión socialmente responsable incrementa la reputación y percepción de los inversionistas y/o accionistas y permite generar relaciones con el gobierno, los medios de comunicación, proveedores, clientes y en la comunidad en donde opera.

El presente estudio se llevará a cabo en la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, vocablo quechua que significa “niño vigoroso” o “niña vigorosa” (en quechua el género se determina con la palabra warmi o qari, es decir hombre o mujer).

El Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, tiene como finalidad brindar un servicio de calidad cumpliendo los siguientes objetivos: Garantizar el servicio alimentario durante todos los días del año escolar a los usuarios del Programa de acuerdo a sus características y las zonas donde viven;

Contribuir a mejorar la atención de los usuarios del Programa en clases, favoreciendo su asistencia y permanencia; Promover mejores hábitos de alimentación en los usuarios del Programa.

Y a través del estudio se pretende evaluar la responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma.

## **1.2. Trabajos previos**

### **Antecedentes internacionales**

Cabral (2012) en su tesis titulada *el proceso de comunicación en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial como estrategia corporativa*. Para la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social. El trabajo tuvo como objetivo indagar de qué manera se ubica la política de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como estrategia corporativa fundamental en el desarrollo de una empresa. Se utilizó una metodología cualitativa analítica. Concluyendo que durante el desarrollo de la tesis se ha podido observar diferentes apreciaciones sobre Globant respecto a su estrategia de RSE o como organización en general, sin embargo, existen ciertas realidades que no se pueden negar: Globant, consciente o inconscientemente, ha tenido prácticas o formas de gestión relacionadas a la RSE desde un principio, y ha logrado montar un área de RSE pudiendo así optimizar estas prácticas y crear nuevas. Hay quienes sostienen que la RSE es sólo una cuestión marketinera para darle fama a la empresa o para descontarse impuestos. Yo creo que la RSE es más que una herramienta de gestión para lograr ciertos objetivos, este concepto está más relacionado a una filosofía de vida y a fines de largo plazo que son claros y concisos, y que en definitiva se corresponden a una sola meta, la sustentabilidad del mundo tal y como lo conocemos.

Striedinger (2014) en su tesis titulada *responsabilidad social para las pymes-sector calzado bajo la norma ISO 26000*, para optar el grado de Magíster en la Maestría de Derecho de la Empresa con Especialidad en Gestión

Empresarial. El estudio formuló como objetivo analizar la responsabilidad social para las pymes-sector calzado bajo la norma ISO 26000. Se utilizó una metodología de tipo cualitativa. Para concluir, es posible decir que en Colombia, la mayoría de las grandes empresas han centrado sus esfuerzos en reconocer y solucionar los impactos sociales y ambientales que se generan en torno a su actividad económica, mediante la concepción de iniciativas han contribuido al desarrollo de una sociedad sostenible; mientras que para el caso de las pequeñas y medianas empresas, se puede decir que han sido muy pocas las que han avanzado en el tema, ya que muchas lo consideran más que una inversión, un gasto administrativo. Los resultados de la investigación proporcionan a las Pymes del sector del calzado en Colombia, una visión diferente sobre lo que significa ser una empresa socialmente responsable, demuestra que a través de simples prácticas y un enfoque administrativo diferente, pueden generar valor a sus empleados, clientes, comunidad, entidades gubernamentales, gremios del sector, accionistas, y demás grupos. De igual forma le permite mejorar su reputación en la sociedad y lograr posicionarse como una organización con sentido social, generar sentido de pertenencia y compromiso en los empleados, logrando mejorar su motivación y participación, aumentar sus niveles de producción, obtener ahorros asociados a la eficiencia de los recursos, entre muchos otros.

Henao (2013) en su tesis titulada *la Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión en la Organización Pranha S.A.* Colombia. Para optar al título de Magister en Administración. Tuvo como objetivo proponer una Estrategia de Gestión de RSE para la Organización Pranha S.A. El Presente trabajo se enmarcó dentro de los aspectos teóricos y metodológicos de la investigación cualitativa, con un tipo de diseño descriptivo – propositivo. Concluyó que la integración de los elementos conceptuales de la RSE en una estrategia de gestión, le permite a Pranha una nueva manera de aproximarse al mercado y a la sociedad; no como una táctica de imagen o filantropía, sino como un instrumento de generación de valor y herramienta de diferenciación y competitividad, sustentada en el mediano y largo plazo. Adoptar la RSE como estrategia de gestión le permite a la organización: generar más sentido de pertenencia, compromiso, lealtad y gratitud de los colaboradores con la empresa y los



proyectos; que los colaboradores se identifiquen con la visión, misión y acciones y/o programas que se emprendan; mejorar la imagen y la reputación de la empresa; que se tenga por parte de las personas un cuidado del entorno de trabajo y la seguridad tanto individual como colectiva; mejorar la calidad en los inmuebles que se entregan; aumentar la satisfacción de los clientes; aumento de la productividad laboral; mejores relaciones con proveedores y contratistas; generar impactos positivos en las comunidades donde se desarrollan los proyectos.

Ruiz (2013) en su tesis titulada *diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en Pyme Constructora Araucana*. Colombia. Para optar el título de: Magister en Administración. Tuvo por objeto revisar los conceptos centrales de lo que se entiende como RSE en contraste con las experiencias reales que se han observado, con acento en el sector de la construcción. Si bien la metodología es recurrente al estudio de caso, se basó en la contrastación de los hechos con el análisis crítico de la bibliografía referente, identificando las principales discusiones alrededor de su implementación. Concluyó que, aunque el resultado global de la evaluación de la empresa la ubica en la etapa de compromiso, no hay que olvidar que se pueden tener avances en ciertas dimensiones y retraso en otras como resultado de la complejidad que representa la RSE. La transición a la siguiente etapa reviste un fuerte interés por parte de todos los involucrados ya que deben planificar la forma como lograr tener la capacidad suficiente para poder continuar su desenvolvimiento de responsabilidad social corporativa, es necesario definir los programas en responsabilidad social que llevarán a cabo a lo largo del presente año, estableciendo metas y objetivos a fin de poder alcanzarlos.

Cano (2011) en su estudio acerca de la *percepción de la ética y la responsabilidad social empresarial en los ejecutivos de Monterrey*, México. Para optar por el grado de maestría en ciencias con especialidad en ciencias sociales. El objetivo principal fue conocer la percepción que tienen los administradores de las grandes empresas regiomontanas sobre la importancia de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), dentro del contexto de desarrollo industrial que ha adquirido la ciudad de Monterrey en el entorno actual de la

globalización y la mundialización de inversiones. El Presente trabajo se enmarca dentro de los aspectos teóricos y metodológicos de la investigación cualitativa, con un tipo de diseño descriptivo. Concluye que, para los administradores, la RSE es una estrategia administrativa; para los ejecutivos de las empresas multinacionales, la RSE es una estrategia de negocio, una gestión administrativa y un modelo de rentabilidad; para las empresas con operación en el país, es la búsqueda del bienestar común en la comunidad y en la empresa, que finalmente se traduce como una estrategia de imagen corporativa. La percepción de las motivaciones de la RSE no se encuentra aisladas, sino que están interconectadas entre sí, el logro de uno de los objetivos motivacionales conduce al logro de los demás, por ejemplo, la obtención de la imagen conlleva a la participación del mercado la cual produce la rentabilidad.

### **Antecedentes nacionales**

Marquina (2012) en su tesis titulada *la influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos*. Para obtener el grado de doctor en administración estratégica de empresas. Esta investigación buscó determinar la influencia que la responsabilidad social empresarial tiene en el comportamiento de compra de los peruanos, a nivel Lima. Desarrolló un experimento bajo la metodología de los modelos de Elección Discreta con el objetivo de poder cuantificar la intención de compra y la disposición a pagar por las acciones de responsabilidad social desarrolladas por las empresas. El experimento se llevó a cabo utilizando una muestra aleatoria estratificada de 120 consumidores limeños. La investigación brindó evidencia empírica de la relación positiva existente entre la Responsabilidad Social Empresarial y el comportamiento de compra de la muestra. Los resultados del estudio indican que el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en su conjunto es superior al de las Competencias Corporativas.

Zapata (2012) en su tesis titulada *Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad*. Perú. Para optar el grado de Magíster en la Maestría de Derecho

de la Empresa con Especialidad en Gestión Empresarial. Tuvo por objetivo analizar la necesidad de implementar una ley que regule la presentación de reportes de sostenibilidad de las empresas. Presentó una metodología cualitativa de tipo descriptivo analítico. Concluyendo que la responsabilidad social empresarial es nueva en términos formales, pero no en lo práctico, ya que antes de que se definiera como tal, diversas empresas ya ejercían actividades filantrópicas en el mundo, ya sea en alianza con las comunidades como en grupos de empresarios. Con el avance de las inversiones y la economía, surge la necesidad de que las empresas rindan cuentas de sus actividades sociales, puesto que estas empiezan a darles beneficios a nivel corporativo. Para ser efectivo, un reporte debe comunicar el nivel de compromiso de la compañía respecto de su Responsabilidad Social Empresarial, demostrar cómo la ha incorporado a su visión de negocios, y explicar de qué manera está impactando su resultado final.

Lapa (2014) en su tesis titulada *La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*. Para optar el grado de doctor en contabilidad y finanzas, tuvo por finalidad fue proponer la puesta en vigencia de una normatividad legal relativa al cumplimiento de su responsabilidad social por parte de las empresas frente a la colectividad laboral, para así contribuir al desarrollo de la Sociedad y del País. Presentó una metodología cuantitativa, descriptiva. Concluyendo que la Responsabilidad social Empresarial es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Se ha demostrado que, la Responsabilidad Social Empresarial y la Colectividad Laboral se encuentran relacionadas o asociadas estadísticamente en forma independiente del azar.

Espinoza (2015) en su tesis titulada *la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - período 2004 – 2014*. Perú. Para optar el grado académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas. Tuvo como objetivo determinar la incidencia de la gestión de responsabilidad social

empresarial de las empresas mineras en el Perú, en el desarrollo sostenible de las comunidades ubicadas en su entorno - período 2004 - 2014. Siendo una investigación cuantitativa, con diseño transversal – causal. Concluyó que la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, impactó negativamente en el desarrollo sostenible en las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 – 2014; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son: Socialmente no sostenibles, cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado.

Rozas (2012) en su tesis titulada *la responsabilidad social como herramienta de la auditoría en las universidades públicas de Lima*. Para optar el grado académico de Magister en Contabilidad con mención en Auditoría. Presentó como objetivo determinar si la Responsabilidad Social Empresarial es una herramienta de Auditoría aplicada en las Universidades públicas de Lima. La presente investigación es de tipo descriptiva y correlacional. En conclusión, respecto a la Variable Responsabilidad Social Empresarial, diremos que su aplicación es deficiente en las Universidades públicas Lima Metropolitana dedicadas a la enseñanza de las carreras profesionales de gestión empresarial.

Chanduví (2013) en su tesis titulada *el principio de causalidad en los gastos por prácticas de responsabilidad social empresarial en el Perú*. Para obtener el grado académico de maestro en derecho. En la presente investigación, se tuvo como punto de partida la problemática de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva del Derecho Tributario ya que existe controversia respecto a la posibilidad de la deducción de los gastos generados para la realización de dichas prácticas. Asimismo, se estudia el rol del Estado para con este fenómeno y se busca determinar si es que existe un tratamiento que fomente la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas en nuestro país. Presentó una metodología cualitativa, analítica. Concluyó que la interpretación amplia del principio de causalidad requerido para la deducción de gastos del impuesto a la renta de tercera categoría, influye indirectamente en las empresas que desarrollen programas de Responsabilidad Social Empresarial ya que permite deducir cualquier tipo de

gasto que cumpla con este principio incluidos los gastos producidos por prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Variable responsabilidad social empresarial**

Cuando se habla de Responsabilidad Social Empresarial no se puede dejar de lado el fundamento ético-filosófico. En ese sentido es pertinente hablar de las dimensiones culturales del derecho natural que ponen a la luz del ser-persona la diferencia entre el derecho y la ética; es decir, entre lo que es obligatorio y lo que es justo y de cuya reflexión emanan los fundamentos tanto de la Economía Social de Mercado como del concepto de responsabilidad social.

Jost (2012) mencionó que la responsabilidad social empresarial:

Es sencillamente, una aportación de análisis y conocimiento de la empresa, que parte primeramente de la reflexión interna para aflorar, definir y reafirmar los objetivos y principios con los que se lleva adelante el proyecto empresarial, tomando en cuenta las vías de interacción con sus trabajadores; la evolución de las relaciones con los proveedores; la comunicación y búsqueda de satisfacción de los clientes; la retribución a los accionistas, si los tuviere; así como, por último, las múltiples relaciones con la comunidad en que ejerce la actividad y el entorno en el que opera. (p.76)

Así pues, de manera sencilla, la responsabilidad social es definida como el compromiso de una organización de hacerse cargo de los impactos que sus decisiones y actividades tienen en la sociedad y el medio ambiente. ¿Cómo deben las empresas asumir esa responsabilidad? La respuesta es también simple: por medio de comportamientos transparentes y éticos consistentes en un desarrollo sostenible, que consideren las expectativas de las partes interesadas, que cumplan con la legislación del país y la internacional, además de que estén integrados al quehacer cotidiano de la organización.

Por otro lado Jáuregui, *et al.* (2011) refirió que:

La responsabilidad social empresarial constituye pues una forma de manifestar la contribución de las empresas a la construcción de una sociedad mejor: más justa, más solidaria, más sostenible. La propia amplitud del concepto evidencia, por supuesto, que no existe un único modelo de responsabilidad social ni unas acciones específicas en las que deba forzosamente concretarse, pues cada empresa puede elegir muy diversos caminos de participación social y de contribución al bien común (p.23).

En la cual el autor manifiesta que la Responsabilidad Social Empresarial en suma es la aceptación de la necesidad de un enfoque más responsable de la gestión, firmemente comprometido con el cuidado del impacto económico, social y ambiental de las decisiones y actividades empresariales.

Así mismo Perdigueiro y García (2005) mencionaron que:

La Responsabilidad Social Empresarial es el desarrollo de una nueva visión de la empresa como institución mucho más abierta a otras necesidades, intereses y expectativas diferentes a las de los propios gestores y accionistas, lo que exige la búsqueda de un equilibrio más equitativo entre los distintos grupos participantes en la actividad económica (p.67-77).

El concepto de Responsabilidad Social es un proceso que se basa en la reconciliación del fomento de la competitividad de las empresas con el mantenimiento de la cohesión social, de la solidaridad y el respeto al medio ambiente; también se refiere a la ética jurídica, dimensiones filantrópicas y económicas, ya que una empresa debe tener en cuenta estas tres a fin de maximizar sus efectos positivos como empresa (Fernández, 2009; Velasco y Gondra, 2005; p.41).

De esta forma la responsabilidad social no es más que la actitud responsable de las empresas con todos sus grupos de interés. Desde la perspectiva organizacional, una empresa es responsable cuando alcance los siguientes aspectos:

Ofrecer productos y servicios que respondan a necesidades de sus usuarios y contribuyan a su bienestar.

Tener un comportamiento que vaya más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios, optimizando en forma y contenido la aplicación de todo lo que le es exigible.

La ética ha de impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando y formar parte fundamental de la cultura de empresa.

Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias, asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables.

Ha de respetar con esmero el medio ambiente.

Ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendíéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad.

La acción social de la empresa es importante, pero evidentemente no es el único capítulo de la responsabilidad social (Camejo y Cejas, 2009; p.56).

Los autores manifiestan que la responsabilidad social debe estar integrada en la gestión empresarial, buscando generar impactos positivos en todos los grupos de interés, brindando acciones sociales oportunas a las necesidades que se puedan plantear.

### **Teoría del pleno empleo de Adam Smith.**

Smith, planteaba que el poder del egoísmo del hombre hacía posible el bienestar social mediante la búsqueda individual del interés personal. Keynes (1723-1790) afirma que el empleo de las personas es la base de la estabilidad de la economía porque se permite el ciclo de consumidor -productor.

Sea como sea, el empleo es fundamental, tanto en la sociedad del siglo XVII, XX o XXI, tiene el mismo fin, satisfacer las necesidades del hombre. Lo que cambia es el contexto. Es cierto, el egoísmo del hombre permite bienestar social, visto desde diferentes puntos de vista, si lo observamos por medio del ingenio del hombre para hacer la vida más fácil, lo observamos claramente en los avances tecnológicos, y este por estar bien logra adquirirlos; pero también vemos que el deseo de mayor bienestar lleva a una competencia del hombre con el hombre mediante el poder monetario y de conocimiento, cuando se tienen estos dos van a oprimir los que no lo tienen por x o y razón.

En la realidad que se vive, donde la falta de ocupación laboral es tan amplia, que lo único que hace es que el hombre "olvide su bienestar individual" y busque sobrevivir con lo que está en el medio, es cierto, algunos tratan de luchar por tener una mejor situación, pero esto es una utopía en esta época, todavía no hemos tocado fondo, como para afirmar que estos proyectos presentan buenos augurios en un mediano plazo.

Esto lleva directamente a que en el mercado no exista el dinero suficiente para adquirir los productos, reduciendo el consumo a lo básico, esto afecta las compañías porque no hay quien adquiera sus productos, afecta los precios del mismo y por consiguiente las oportunidades de empleo. (Schwalb y Malca, 2004, p.104).

### **La teoría social de la responsabilidad de la empresa.**

El Desarrollo de las concepciones y propuestas teóricas sobre la función social de la empresa ha sufrido variaciones que transitan desde un enfoque economicista hasta una dimensión socioeconómica. En esta segunda dimensión aparece el enfoque de la teoría social que considera que la empresa como parte de la sociedad cumple un rol importante en el cambio social y en la definición y diseño de políticas sociales enmarcado en principios básicos que definen la naturaleza personal, familiar y laboral de los trabajadores:



*Las Políticas de Igualdad y de No Discriminación:*

En este apartado vamos a hacer confluir tres corrientes muy actuales sobre la importancia que tienen las políticas de orden social imperantes en la sociedad en su conjunto y que mantienen una repercusión directa sobre las empresas y estas son, la igualdad de oportunidades, la eliminación de los tratos discriminatorios y la gestión de la diversidad. Todas ellas están fundamentadas en el anhelo humano, político y social del logro de la mayor igualdad posible entre los seres humanos. Como tal, la igualdad se encuentra presente como ideal en toda cuanta sociedad que pretenda el logro de avances sostenidos y con afán integrador y participativo. Sabemos ya que la igualdad absoluta no existe o es prácticamente imposible de conseguir, dadas las condiciones de partida tan distintas que presenta cada uno de los seres humanos. De este modo, si las sociedades avanzadas están comprometidas con la eliminación de las injusticias y el fomento de las políticas de no explotación ni discriminación, las empresas no se pueden encontrar ajenas a estos requerimientos humanos y sociales. (Núñez, 2013; p.20)

*Conciliación de Vida Personal, Familiar y Laboral.*

Hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta del siglo pasado, y como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad. Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio socioeconómico de la entidad. De este nuevo enfoque nace la teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia el conjunto de la sociedad, responsabilidad social entendida como una responsabilidad integral, esto es, económica y social, según la cual, la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales y

totales de sus acciones sobre el entorno adoptando una actitud positiva hacia la consideración de los valores y expectativas del mismo. "En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. (Núñez, 2013; p.21)

### **Dimensiones de la variable responsabilidad social**

Según el autor Jost (2012) presenta las siguientes dimensiones con respecto a la variable responsabilidad social. (p.23)

#### **Dimensión 1: Responsabilidad ética**

Ésta se refiere a la responsabilidad ética del negocio, de acuerdo con lo esperado por la comunidad en general y por los grupos de interés en particular. El modelo propone tres tipos de estándares éticos: el convencional, el consecuencial y el deontológico; éstos se distinguen entre sí en función a la filosofía que respalda cada tipo de estándar. (Jost, 2012; p.34)

Por otro lado Scade (2012) manifestó que:

Hay empresas que desarrollan, de forma voluntaria, un código ético o de conducta para manifestar sus valores y dar ejemplo, en la relación con sus grupos de interés. Estos códigos cobran especial relevancia cuando, por ejemplo, una empresa intenta transmitir sus valores a sus proveedores para que ellos también los asuman. (p.46)

No obstante, un código ético o de conducta solo es una carta de intenciones, que de poco servirán, si la empresa no implementa políticas y procedimientos para asegurar su cumplimiento. El código ético o de conducta de una empresa, es un documento público que recoge los objetivos, los valores y los principios de actuación de una organización respecto a sus grupos de interés, y que presiden la política de la empresa, con el objetivo de:

Expresar explícitamente la cultura de la empresa y la función social que ésta desea cumplir, reflejando la meta que la empresa pretende alcanzar.

Establecer un marco de referencia común para todas las partes implicadas en la labor empresarial.

Establecer los mecanismos de resolución de conflictos en el seno de la propia empresa.

Ser la carta de presentación de la empresa, tanto interna, como externamente, estableciendo un elemento diferenciador con el resto de empresas de la competencia.

Crear una marca de garantía en responsabilidad social.

### **Dimensión 2: Responsabilidad legal**

Es la respuesta corporativa a las expectativas legales establecidas por la sociedad a través de las jurisdicciones federal, estatal y local. La legalidad de una empresa se puede entender en función de tres categorías: el cumplimiento de la ley, la evitación de demandas y litigios; y la anticipación a la ley. (Jost, 2012; p.36)

Por otro lado Samaniego (2007) refirió que la responsabilidad legal “tiene que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar las empresas. (p.28)

### **Dimensión 3: Responsabilidad económica**

Bajo esta dimensión se concentran aquellas actividades empresariales que tienen directa o indirectamente un impacto positivo en el ámbito económico de la organización.

Este modelo de las tres dimensiones, es muy útil para realizar los análisis que permitan determinar las fuerzas que impactan en el campo de la toma de decisiones de las empresas. (Jost, 2012; p.37)

Por otro lado Schwalb y Malca (2004) manifestaron que:

Las empresas tienen como una de las acciones más importantes a desarrollar generar riqueza en el entorno en el que éstas están insertas, (empleo, innovación, impuestos, etc.) Esta tarea es

fundamental también para el propio desarrollo de la empresa, pero la riqueza que se genere ha de basarse en valores y prácticas universalizables. Obtener beneficios y minimizar los costes de cualquier tipo, económicos, medioambientales, sociales, etc., es una tarea fundamental de una empresa socialmente responsable. (p.21)

### **1.3.2 Variable sostenibilidad**

Sostenibilidad no es lo mismo que responsabilidad social corporativa (RSC), ni se puede limitar a la consecución de un equilibrio aceptable entre balance económico, social y ambiental. Tiene que ver con la tarea fundamental e intergeneracional de ir eliminando los aspectos disfuncionales, tanto económicos como de modelo de negocio, de los siglos XIX y XX, y fomentar la evolución hacia modelos nuevos, más adecuados para una población humana que va camino de los nueve mil millones de personas viviendo en un único planeta que ya está sobreexplotado desde el punto de vista ecológico. (Sánchez, 2012; p.44)

Epstein (2009), indicó cuatro razones principales del por qué es importante el estudio de la sostenibilidad: para no incurrir en nuevos costos por entidades regulatorias; la importancia de los impactos con la comunidad, denominada los stakeholders; el ser sostenible crea valor económico, mejorando su visión en el mercado; y, la relación con los aspectos sociales y morales que da la compañía que administra responsablemente su sostenibilidad.

El concepto de desarrollo sostenible fue formalizado por primera vez en 1987 en el informe de Brundtland, elaborado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (ONU), definiéndolo como “aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” definición que comenzó a difundirse a partir de la conferencia organizada por la ONU sobre Medio Ambiente y Desarrollo, denominada Primera Cumbre de la Tierra realizada en Río de Janeiro, Brasil, en junio de 1992.

El concepto de sostenibilidad toma un enfoque diferente en el mundo de los negocios, promoviendo entre las actividades principales de cada una de ellas la inclusión social (EAESP, 2007), optimizando la utilización de los recursos naturales y reduciendo el impacto sobre el medio ambiente, con el objetivo de proteger al planeta para sus futuras generaciones, sin perder el enfoque económico y financiero de la empresa, las cuales en conjunto crearan valor para los dueños de las empresas, proporcionando una mayor posibilidad de continuidad del negocio a largo plazo.

El desarrollo sostenible en una empresa es aquel que contribuye a la gestión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficios económico, social y medio ambiental (Elkington, 1994), conocidos en la actualidad como la triple línea del balance o triple bottom line o como 3P por sus siglas en inglés People (Personas), Planet (Planeta) y Profit (Ganancia), (European Commission, 2001).

### **Teorías**

Para el sector empresarial, el concepto de sostenibilidad representa un nuevo enfoque para hacer negocios. Al desarrollar sus actividades las empresas promueven la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, preservando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin desprestigiar la viabilidad económica y financiera de la empresa. (Sánchez, 2012; p.45)

### **Teoría de los grupos de interés**

La teoría de los Grupos de Interés (Stakeholders) postula que la capacidad de una empresa para generar riqueza sostenible a lo largo del tiempo y, con ello, su valor a largo plazo, viene determinada por sus relaciones con sus grupos de interés (Freeman, 1984). Según el mismo autor, el grupo de interés de una empresa es cualquier grupo o individuo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la organización. (Sánchez, 2012; p.47)

Otra definición la dieron Post, Preston y Sachs (2002), para ellos los grupos de interés de una empresa son los individuos y colectivos que contribuyen, voluntaria o involuntariamente, a su capacidad y sus actividades de creación de riqueza y que, por lo tanto, son sus potenciales beneficiarios y/o portadores del riesgo. En este grupo incluyen a los accionistas, empleados, clientes, comunidades locales, administración pública, ONG y proveedores.

Contrariamente, los enfoques clásicos de empresa se basan en la teoría neoclásica y básicamente afirma que la empresa es y debería ser dirigida siguiendo únicamente los intereses de los accionistas. El modelo se centra en la satisfacción de los intereses de éstos a través de la creación de valor, que se verá reflejada en los mercados financieros, en definitiva, en la obtención de beneficios. Este modelo considera a los trabajadores, proveedores e inversores como inputs que, en la organización, se transforman en outputs que se ponen a disposición de los clientes.

La Teoría de los Grupos de Interés es una nueva forma de dirigir la empresa (Carrión, 2009) en la que se deben generar estrategias y políticas a través de códigos de conducta internos que garanticen que el desarrollo de sus actividades ordinarias sea sostenible y no impacte contra los derechos sociales y ambientales de los grupos de interés implicados, a la vez que debe tenerlos en cuenta en la definición de sus estrategias empresariales. El objetivo de la organización ha de ser obtener un equilibrio entre los intereses, a veces contradictorios, de todos los colectivos ya que los intereses y beneficios son mutuos.

## **Dimensiones de la variable sostenibilidad**

### **Dimensión 1: Aspecto económico**

La dimensión económica caracterizada por el esfuerzo para conseguir el incremento del valor de la empresa y la contribución al ingreso nacional, el primero medido por la rentabilidad y el segundo por el número de empleos generados, impacta en el desarrollo sostenible, por cuanto existe una relación

directamente proporcional entre los dos, es decir, un aumento en la dimensión económica provoca una ampliación en el desarrollo sostenible.

Según Romero (2012), indicó que:

La sostenibilidad es posible si las dimensiones que la componen se integran y que en los aspectos económicos es necesario la preservación del capital natural, es decir, los valores humanos sobre los indicadores económicos, que den valor al capital intelectual de sus colaboradores. (p.29)

Entre los aspectos económicos están la presencia que logre la empresa en el mercado, y el valor directo y distribuido.

La presencia del mercado incluye la evaluación de la empresa en el mercado, la participación de la competencia y la introducción de nuevos productos, integrando el concepto de un marketing sostenible para generar indicadores de rentabilidad y crecimiento que en conjunto hagan que la empresa sea sostenible en el tiempo, es así que el marketing debe ser ejecutado mediante estrategias de satisfacción a los consumidores sin poner en riesgo el medio ambiente. (Chamorro, 2001; p.38).

## **Dimensión 2: Aspecto social**

La dimensión social constituye la forma como una comunidad se organiza para la búsqueda de determinados objetivos, que permita a cada uno de sus miembros mejorar su nivel de vida. El rol de la empresa como partícipe de un conglomerado humano, debe ser congruente con lo planteado por los intereses de la comunidad a la que se pertenece y al impacto que tiene en la misma. El obtener una sociedad justa y equilibrada, se torna vital en toda organización, el papel que cumplen las empresas desde el punto de vista social se ha visto incrementado por los impactos que ocasionan.

Son constitutivos de la dimensión social la calidad laboral, el desarrollo del capital humano y la responsabilidad ética sobre el producto.

La calidad laboral hace referencia a las condiciones de trabajo, el diálogo social y los salarios y beneficios, que juntos favorecen al mejoramiento del clima laboral y por lo tanto al incremento de la sostenibilidad, con el aspecto social más importante de la empresa, ante ello se analiza el año 2001 en donde la Comisión Europea emite un comunicado acerca de las políticas sociales y de empleo, en donde analiza que este indicador es el propulsor para enviar a una economía al camino correcto. (López, 2011)

El desarrollo del capital humano involucra el compromiso del personal con respecto a su rendimiento, las capacidades del personal con respecto a su función, y las acciones del personal con respecto a las metas, lo que conduciría a la organización a cumplir con su rol dentro de la dimensión social, ya que estaría favoreciendo a sus colaboradores en el mejoramiento de su nivel de vida.

La responsabilidad ética sobre el producto incluye el nivel de calidad que el consumidor espera de la oferta, el precio que se paga y la actitud de colaboración y disponibilidad de atención al cliente, tres elementos clave para mantener la responsabilidad social de parte de la empresa.

### **Dimensión 3: Aspecto ecológico**

La dimensión ecológica está enfocada en el control de las acciones que afectan al equilibrio de los sistemas naturales y sociales, con el fin de preservar las condiciones óptimas de vida de los integrantes de cada sistema.

La reutilización y reciclaje de materiales como las tecnologías limpias son dos de los elementos que conforman la dimensión ecológica.

Las iniciativas que adopta la empresa para promover la responsabilidad ecológica, así como, los métodos preventivos a favor de problemas ambientales y el reciclamiento de materiales son indicadores para una correcta reutilización y reciclaje de materiales, las empresas que se comprometen con el tema ambiental deben estar dispuestas a un cumplimiento disciplinado de las mismas.



Las tecnologías limpias se refieren al desarrollo de tecnologías inofensivas para el medio ambiente, para proveer otros servicios auxiliares y la creación de tecnologías verdes dirigidos a los nuevos productos que ingresan al mercado, lo que permitirá a la empresa estar al tono con la demanda mundial del cuidado del ambiente.

La importancia de reducir costos y riesgos para una empresa ha sido el pilar de rentabilidad según Hart y Milstein (2003) forman parte de la estrategia del desarrollo del valor sostenible en una empresa al reducir el nivel de consumo de materiales y la contaminación, sin embargo, no es la única ni la más importante para el desarrollo de las empresas como fuente de generación de valor sostenible, operando con mayores niveles de transparencia al integrar los puntos de vista de los stakeholders (grupos de interés) en los procesos del negocio, el resultado será tener una reputación y una legitimidad en el mercado.

### **La sostenibilidad en el sector empresarial**

Actualmente, las empresas ya han empezado a valorar las contribuciones de la participación de los grupos de interés en el aprendizaje y la innovación de productos y procesos, así como en el logro de la sostenibilidad de las decisiones estratégicas dentro y fuera de las compañías.

Siguiendo esta teoría, identificar los grupos de interés es el primer paso para las empresas que quieren implantar la sostenibilidad en sus actividades. Para ello existen diversas metodologías, la más utilizada, por ser con la que mejores resultados se obtienen, es a través de análisis del tipo de relación que ellos tienen con la empresa. En este caso se puede realizar en distintas dimensiones: por responsabilidad, por influencia, por cercanía, por dependencia o por representación. Se trata de descomponer al macro grupo de interés en conjuntos con una característica que los agrupa de forma lógica.

Una vez seleccionados estos grupos hay que establecer una prioridad, normalmente según su impacto o relevancia para la empresa (Olcese, 2008; p.38). Por ejemplo, se podrían priorizar en:

Críticos: son aquellos que, por ejemplo, tienen un impacto clave económico, fortalecen o influyen en la reputación, conceden o limitan licencias o accesos o crean el futuro del sector.

Básicos: son aquellos con un impacto medio en los resultados del negocio, pueden afectar a la reputación al mismo tiempo que inciden de alguna forma en los procesos clave de la compañía.

Complementarios: son los que tienen un menor impacto económico, influyen mínimamente en la reputación y pueden proveer de servicios o productos complementarios.

## **1.4. Formulación del Problema**

### **1.4.1 Problema general**

¿Qué relación existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?

### **1.4.2 Problemas específicos**

#### ***Problema Específico 1***

¿Qué relación existe entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?

#### ***Problema Específico 2***

¿Qué relación existe entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?

#### ***Problema específico 3***

¿Qué relación existe entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?

## **1.5. Justificación del estudio**

### ***1.5.1. Justificación teórica***

En el presente estudio se tomarán distintas investigación de sustento teórico, sirviendo de esta manera como aporte teórico para otros estudios en temas relacionados a la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial.

### ***1.5.2. Justificación práctica***

Los resultados de la investigación ayudarán a afianzar la importancia de la responsabilidad social en la empresa, permitiendo identificar los elementos que repercuten en su desarrollo. Asimismo los resultados de la investigación servirán de fuente de referencia a futuras investigaciones.

### ***1.5.3. Justificación metodológica***

La presente investigación aporta un modelo de nivel descriptivo correlacional bajo un diseño no experimental con enfoque cuantitativo, que busca recopilar información mediante la técnica de la encuesta, lo cuales permitirá conocer las opiniones de los trabajadores y por ende conocer su realidad problemática.

## **1.6. Hipótesis**

### **Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

### **Hipótesis específicos**

#### ***Hipótesis específico 1***

Existe relación significativa entre la responsabilidad etica y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

#### ***Hipótesis específico 2***

Existe relación significativa entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

***Hipótesis específico 3***

Existe relación significativa entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

**1.7. Objetivos****Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

**Objetivos específicos*****Objetivo específico 1***

Determinar la relación que existe entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

***Objetivo específico 2***

Determinar la relación que existe entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

***Objetivo específico 3***

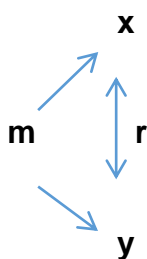
Determinar la relación que existe entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

## **II. Método**

## 2.1. Diseño de investigación

Presentó un diseño no experimental de corte transversal. Este estudio se realizó sin la manipulación deliberada de las variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014; p.165)

A continuación se presenta el siguiente esquema del diseño:



- m** = Muestra de estudio
- x** = Observación de la variable 1
- y** = Observación de la variable 2
- r** = Relación entre las variables

Así mismo la investigación es básica puesto que busca aumentar la teoría, por lo tanto se relaciona con nuevos conocimientos, de este modo no se ocupa de las aplicaciones prácticas que puedan hacer referencias los análisis teóricos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014; p.145)

Para definir los alcances de esta investigación, es necesario saber primero que existen diferentes tipos de investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) enfocaron la investigación hacia cuatro tipos que son: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. En esta investigación se desarrolla dos tipos, ya que cada uno depende de acuerdo a las necesidades de la información que se desee presentar. A continuación se dará una breve descripción de cada tipo seleccionado, con el fin de poder entender mejor la metodología de esta investigación. (p.148)

La investigación es descriptiva porque que midió, evaluó y recolectó datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, (Hernández, et al, 2014; p.162). Esto con el fin de recolectar toda la información que se obtenga para poder llegar al resultado de la investigación.

La investigación es correlacional porque su finalidad es identificar la relación entre dos o más conceptos o variables. Los estudios correlacionales tienen en cierta forma un valor un tanto explicativo, con esto puede conocer el comportamiento de otras variables que estén relacionadas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014; p.163)

## **2.2. Variables y operacionalización**

### **2.2.1 Definición conceptual.**

#### **Variable 1: Responsabilidad social**

Jost (2012), mencionó que la responsabilidad social empresarial:

Es una aportación de análisis y conocimiento de la empresa, que parte primeramente de la reflexión interna para aflorar, definir y reafirmar los objetivos y principios con los que se lleva adelante el proyecto empresarial, tomando en cuenta las vías de interacción con sus trabajadores; la evolución de las relaciones con los proveedores; la comunicación y búsqueda de satisfacción de los clientes; la retribución a los accionistas, si los tuviere; así como, por último, las múltiples relaciones con la comunidad en que ejerce la actividad y el entorno en el que opera. (p.76)

#### **Variable 2: Sostenibilidad empresarial**

Para el sector empresarial, el concepto de sostenibilidad representa un nuevo enfoque para hacer negocios. Al desarrollar sus actividades las empresas promueven la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, preservando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin despreciar la viabilidad económica y financiera de la empresa. (Sánchez, 2012; p.45)

## 2.2.2. Operacionalización de las variables

Tabla 1

*Operacionalización de variable responsabilidad social*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
Responsabilidad ética	Código de ética.			
	Comité y consejo.	1,2,3,		
	Familiaridad con la empresa.	4,5,		
Responsabilidad legal	Compromiso			Bajo
	Políticas y mecanismos		Casi nunca	(1) (15 – 34)
	Formales.	6,7,8,9	Nunca	(2) Medio
	Programas.	,	A veces	(3) (35– 54)
	Satisfacción de los colaboradores	10	Casi siempre	(4) Alto
Responsabilidad económica	Infraestructura.		Siempre	(5) (55 – 75)
	Beneficios.			
	Valor agregado.			
	Cuestiones ambientales,	11,12,		
	económicas y Sociales	13,		
	Empresas comprometidas	14,15		



Tabla 2

*Operacionalización de variable sostenibilidad*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala valores</b>	<b>y Niveles y rangos</b>
Aspecto económico	Sistema de solución.	1,2,3,	Escala: Ordinal	
	Proceso de evaluación.	4,5,		
Aspecto social	Distribución.			
	Indicadores de insumos		Cuestionario de actitudes	
			Likert	Bajo: 15 - 34
	Indicadores de Resultados.		Casi nunca	Medio: 35– 54
	Relaciones Laborales.		Nunca	Alto: 55 - 75
	Proceso de compromiso.	6,7,8,9, 10	A veces	
Aspecto ecológico	Solución de conflicto.		Casi siempre	
	Recursos		Siempre	
	Ahorro de energía		(5)	
	Ahorro de agua			
	Bioseguridad	11,12,13,		
	Políticas ambientales	14,15		
	Integración de temas			

### 2.3. Población y muestra

#### Población.

Para el presente estudio se trabajó con un total de 140 trabajadores de la empresa proveedora del Qaliwarma Soluciones Alimenticias SAC.

La población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014; p.251)

#### Muestra.

La muestra fue elegida a través de la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 P^* Q^* N}{E^2(N-1) + Z^2 P^* Q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

z = Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de  $(1 - \alpha) = 1.96$

p = Proporción de una de las variables importantes del estudio = 0.5

q = 1 - p (complemento de p) = 0.5

N = Tamaño de la población = 140

e = Error de tolerancia = 0.05

Con los siguientes valores obtener el Tamaño de muestra:

N = 140

e = 0.05

n = ?

p = 0.50

z = 1.96

q = 1 - 0.5 = 0.5

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 140}{0.05^2(140-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 103$$

De tal manera que la muestra estuvo constituida por 103 trabajadores

## **Muestreo.**

El muestreo fue probabilístico, se realizó a través de una ecuación para determinar el grupo de estudio, siendo aleatoria simple, puesto que todos tienen la misma opción de ser elegidas.

## **Criterios de Selección**

### **Criterios de inclusión**

Colaboradores del Programa Qaliwarma

Colaboradores que deseen participar en la aplicación del instrumento

### **Criterios de exclusión:**

Colaboradores que no pertenecen al Programa Qaliwarma

Colaboradores que no deseen participar en la aplicación del instrumento

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnica**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”. En este estudio se utilizó la técnica de la encuesta, la cual es una técnica basada en preguntas, aplicada a un grupo de estudio, utilizando cuestionarios, que, mediante preguntas, en forma personal, permiten investigar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, conocimientos, modos y calidad de vida, situación ocupacional, cultural, etcétera, dentro de una comunidad determinada.

### **Instrumentos**

Para recoger datos e información relevantes, la investigadora utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario, conformada por una lista de preguntas previamente organizados. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. El cuestionario es un documento que recoge en forma

organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta (Casas, et. al. 2003:p. 528 ).

### **Ficha técnica del instrumento responsabilidad social**

Autora: Br. Julia Idola Chavez Villanueva

Objetivo: Conocer el nivel de percepcion de la variable responsabilidad social

Significación: Una puntuación se considera alta o baja según el número de respuestas. La puntuación mínima es de 15 y la máxima es de 75.

Grupo de referencia: El instrumento va dirigido a colaboradores de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma.

Extensión: La prueba consta de 15 ítems. El tiempo de duración para desarrollar la prueba es de 25 minutos.

Material a utilizar: Cuadernillo con la descripción de ítems para cada dimensión.

Interpretación: Para determinar el nivel se utilizarán los siguientes rangos:

Bajo: 15 - 34

Medio: 35– 54

Alto: 55 - 75

### **Ficha técnica del instrumento sostenibilidad**

Autora: Br. Julia Idola Chavez Villanueva

Objetivo: Conocer el nivel percepcion de la variable sostenibilidad

Significación: Una puntuación se considera alta o baja según el número de respuestas. La puntuación mínima es de 15 y la máxima es de 75.

Grupo de referencia: El instrumento va dirigido a colaboradores de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma.

Extensión: La prueba consta de 15 ítems. El tiempo de duración para desarrollar la prueba es de 25 minutos.

Material a utilizar: Cuadernillo con la descripción de ítems para cada dimensión.

Interpretación: Para determinar el nivel se utilizarán los siguientes rangos:

Bajo: 15 - 34

Medio: 35– 54

Alto: 55 - 75

## Validez y Confiabilidad.

### Validez

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir” (p.159)

La validación del instrumento se realizó a través del juicio de expertos brindado por los docentes con grado de Magister y Doctores de la UCV, conocedores de la materia en cuanto a la metodología se refiere y de esta manera facilitar el montaje metodológico del instrumento tanto de forma como de fondo, haciendo las correcciones necesarias para de esta forma garantizar la calidad y certidumbre del instrumento.

Tabla 3

*Validez de contenido de los instrumentos de la variable Responsabilidad Social y sostenibilidad de la empresa proveedora por juicio de expertos*

Grado académico	Nombre y Apellidos	Dictamen
Dr.	Hugo Lorenzo Agüero Alva	Suficiencia
Mg.	Julio Bernabé Bernal Pacheco	Suficiencia
Mg	Samuel Rivera Castillo	Suficiencia

---

Certificación de validez elaboración propia

Mediante la validación se obtuvo una calificación de aplicable sobre el cuestionario propuesto, habiéndose ajustado el cuestionario de acuerdo a las recomendaciones de los expertos.

### Confiabilidad de los instrumentos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la confiabilidad se refiere a los resultados obtenidos con un instrumento de evaluación. Cualquier instrumento en particular puede tener cierto número de confiabilidades diferentes, según sea el grupo involucrado y la situación en que se use. (p.161)

Se hizo uso de la prueba de confiabilidad del Alfa de Cronbach, el cual permitirá medir el grado de fiabilidad y consistencia de las preguntas formuladas en los instrumentos.

Tabla 4

*Nivel de confiabilidad del instrumento responsabilidad social*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	15

La prueba de confiabilidad del instrumento procedido bajo la técnica del Alfa de Cronbach es de 0,913 presenta un excelente nivel de confiabilidad, el cual el instrumento presenta fiabilidad permitiendo su aplicación para la obtención de los datos, además permite inducir que el cuestionario presenta un excelente nivel de confiabilidad como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 5

*Nivel de confiabilidad del instrumento sostenibilidad*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,867	15

La prueba de confiabilidad del instrumento procedido bajo la técnica del Alfa de Cronbach es de 0,867 presenta un excelente nivel de confiabilidad, el cual el instrumento presenta fiabilidad permitiendo su aplicación para la obtención de los datos, además permite inducir que el cuestionario presenta un excelente nivel de confiabilidad como se muestra en la Tabla 5.

## **2.5. Método y análisis de datos**

Respecto a los métodos de análisis de datos según Valderrama (2010) nos mencionó lo siguiente:

Luego de la aplicación de las encuestas tenemos un conjunto de datos listos para ser procesados. Así estos podrán ser utilizados para cualquier tratamiento estadístico y ayudarán a elaborar los demás pasos del trabajo de investigación (hay que recordar que, a través de los datos, se responde a los objetivos planteados. (p. 136)

El estudio se basó en el análisis descriptivo e inferencial:

Análisis descriptivo: Se trabajó en tablas de frecuencia y figuras en barras, la cual describen a las variables y dimensiones por niveles.

Análisis inferencial: A través de la aplicabilidad del cuestionario se realizó el análisis de la prueba de normalidad la cual midió los datos, demostrando que el valor de significancia obtenido de ambas variables es menor del 0.05, siendo un estudio no paramétrico, utilizando la prueba estadística de Spearman en la comprobación de las hipótesis.

## **2.6. Aspectos éticos**

El presente estudio respetó la estructura metodológica brindada por la Universidad César Vallejo, así mismo presentará las distintas fuentes bibliográficas utilizadas, las cuales dieron sustento a la presente investigación.

### **III. Resultados**



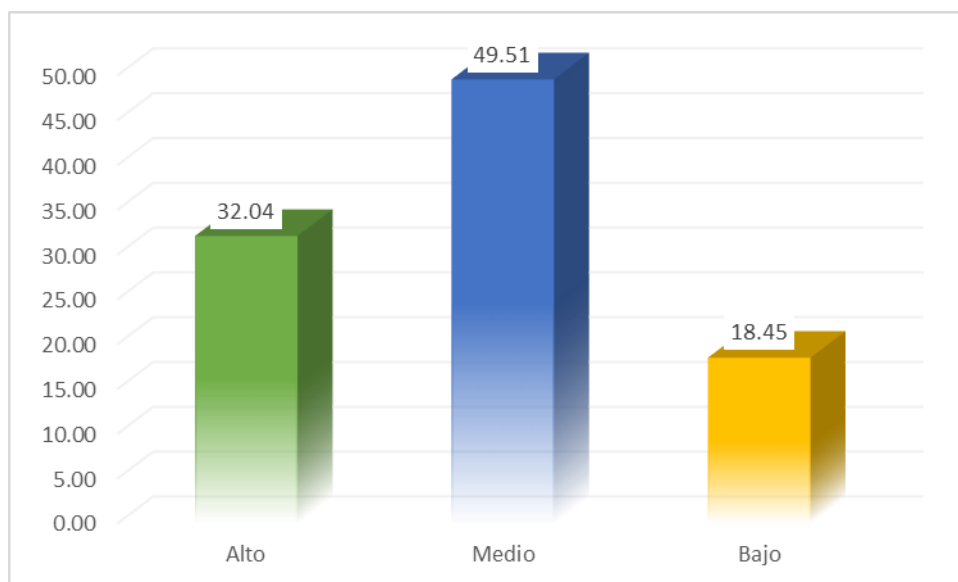
### 3.1 Descripción

#### Análisis descriptivo de las variables y dimensiones

Tabla 6

*Distribución de datos según la variable responsabilidad social*

Niveles	f	%
Alto	33	32.04
Medio	51	49.51
Bajo	19	18.45
Total	103	100.00



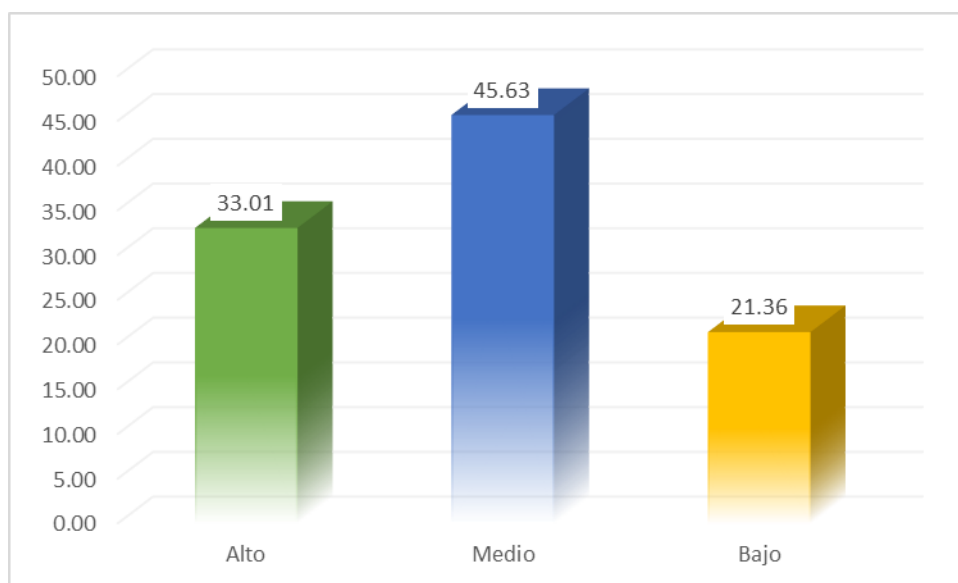
*Figura 1.*Datos según la variable responsabilidad social

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 32.04% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la variable responsabilidad social, el 49.51% presentan un nivel medio y un 18.45% un nivel bajo.

Tabla 7

*Distribución de datos según la dimensión responsabilidad ética*

Niveles	f	%
Alto	34	33.01
Medio	47	45.63
Bajo	22	21.36
Total	103	100.00



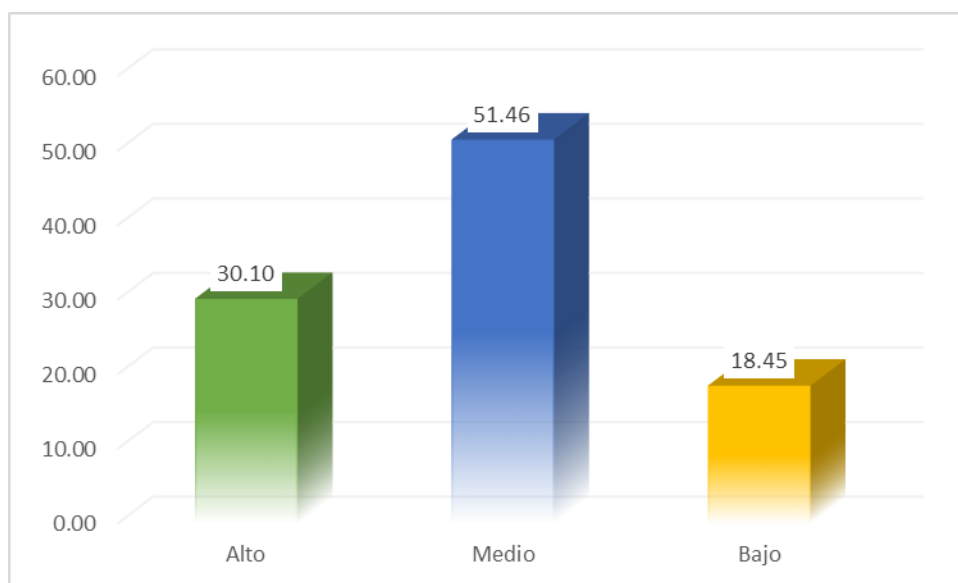
*Figura 2. Datos según la dimensión responsabilidad ética*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 33.01% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la dimensión responsabilidad ética, el 45.63% presentan un nivel medio y un 21.36 un nivel bajo.

Tabla 8

*Distribución de datos según la dimensión responsabilidad legal*

Niveles	f	%
Alto	31	30.10
Medio	53	51.46
Bajo	19	18.45
Total	103	100.00



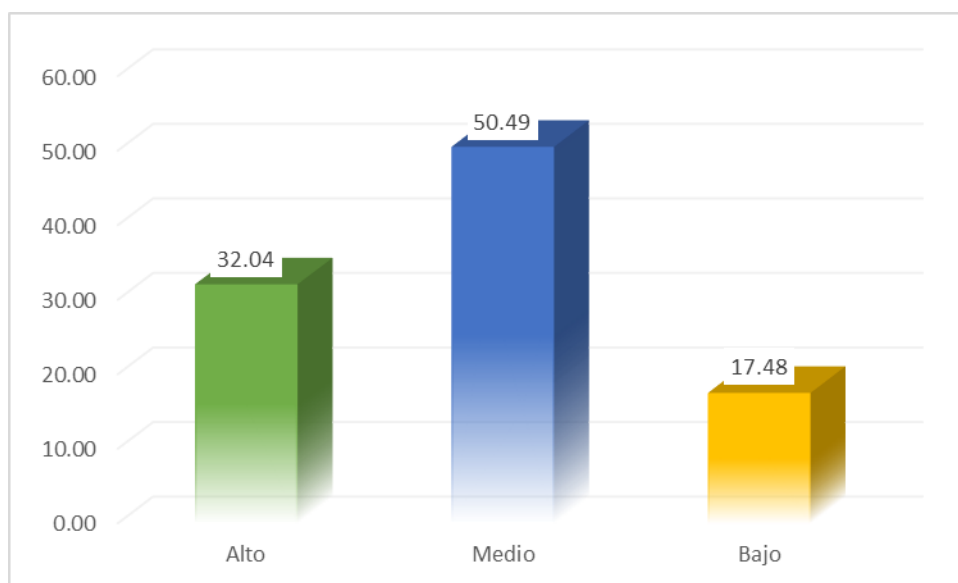
*Figura 3. Datos según la dimensión responsabilidad legal*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 30.10% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la dimensión responsabilidad legal, el 51.46% presentan un nivel medio y un 18.45% un nivel bajo.

Tabla 9

*Distribución de datos según la dimensión responsabilidad económica*

Niveles	f	%
Alto	33	32.04
Medio	52	50.49
Bajo	18	17.48
Total	103	100.00



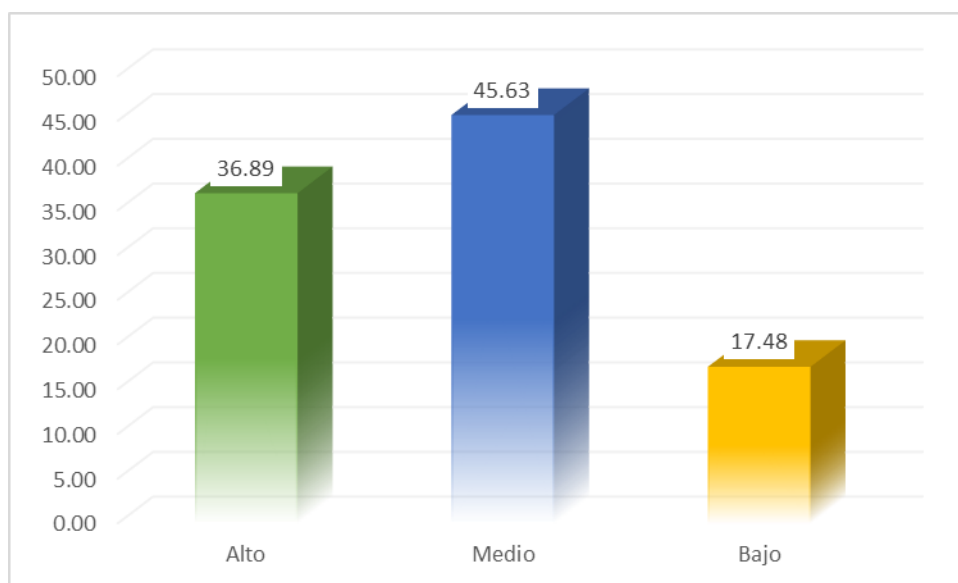
*Figura 4. Datos según la dimensión responsabilidad económica*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 32.04% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la dimensión responsabilidad económica, el 50.49% presentan un nivel medio y un 17.48% un nivel bajo.

Tabla 10

*Distribución de datos según la variable sostenibilidad*

Niveles	f	%
Alto	38	36.89
Medio	47	45.63
Bajo	18	17.48
Total	103	100.00

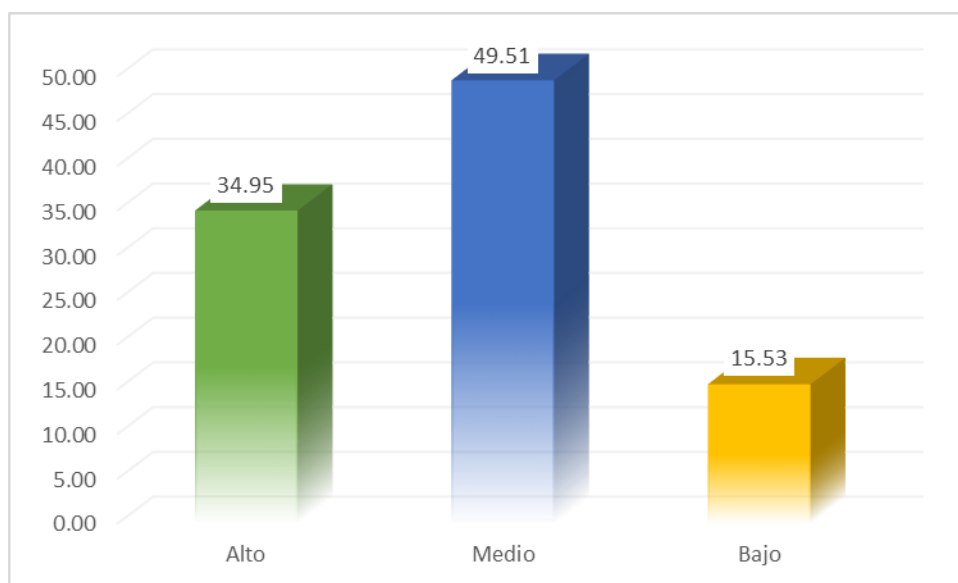
*Figura 5. Datos según la variable sostenibilidad*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 36.89% de los trabajadores encuestados perciben un nivel alto con respecto a la variable sostenibilidad, el 45.63% un nivel medio y un 17.48% un nivel bajo.

Tabla 11

*Distribución de datos según la dimensión aspecto económico*

Niveles	f	%
Alto	36	34.95
Medio	51	49.51
Bajo	16	15.53
Total	103	100.00



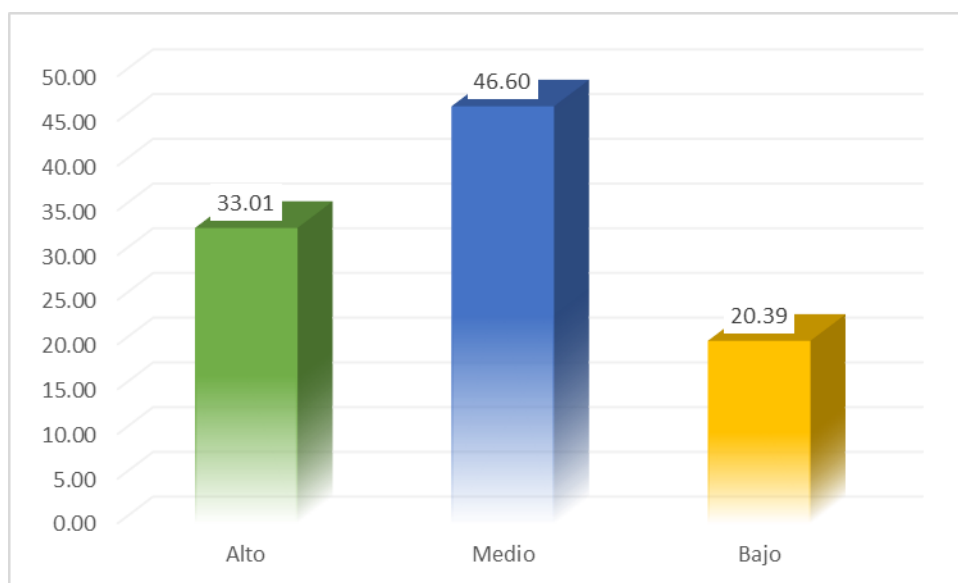
*Figura 6. Datos según la dimensión aspecto económico*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 34.95% de los trabajadores encuestados perciben un nivel alto con respecto a la dimensión aspecto económico, el 49.51% un nivel medio y un 15.53% un nivel bajo.

Tabla 12

*Distribución de datos según la dimensión aspecto social*

Niveles	f	%
Alto	34	33.01
Medio	48	46.60
Bajo	21	20.39
Total	103	100.00

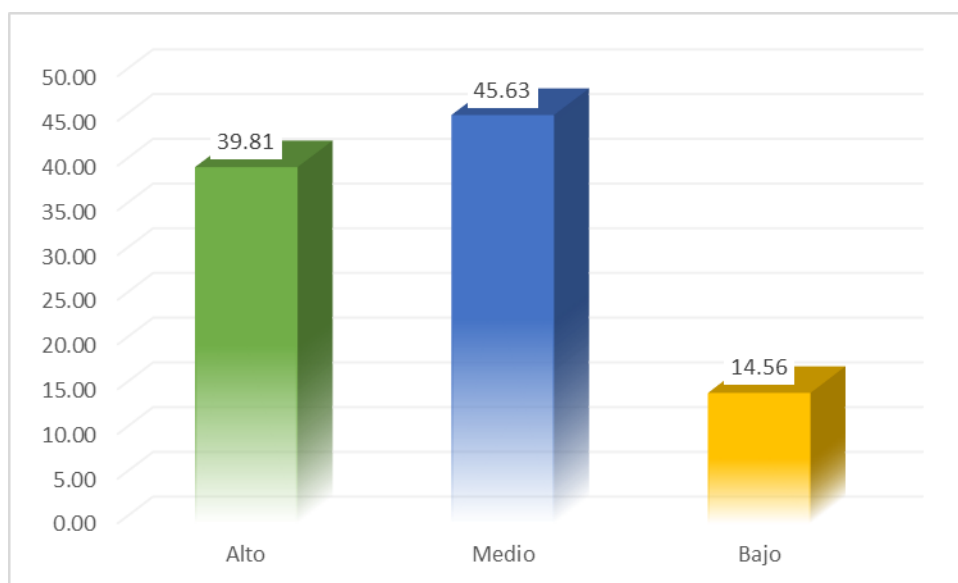
*Figura 7. Datos según la dimensión aspecto social*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 33.01% de los trabajadores encuestados perciben un nivel alto con respecto a la dimensión aspecto social, el 46.60% un nivel medio y un 20.39% un nivel bajo.

Tabla 13

*Distribución de datos según la dimensión aspecto ecológico*

Niveles	f	%
Alto	41	39.81
Medio	47	45.63
Bajo	15	14.56
Total	103	100.00



*Figura 8. Datos según la dimensión aspecto ecológico*

**Análisis e Interpretación:** Según los datos obtenidos el 39.81% de los trabajadores encuestados perciben un nivel alto con respecto a la dimensión aspecto ecológico, el 45.63% un nivel medio y un 14.56% un nivel bajo.



### 3.2. - Contrastación de las hipótesis

#### Hipótesis principal

Ha: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

H0: No existe relación significativa entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Tabla 14

*Prueba de correlación según Spearman entre responsabilidad social y sostenibilidad*

		Responsabilidad social	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 103
	Sostenibilidad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,687** ,001 103

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

#### Interpretación:

Como se muestra en la tabla 14 la variable responsabilidad social está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 1

Ha: Existe relación significativa entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

H0: No existe relación significativa entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Tabla 15

*Prueba de correlación según Spearman entre responsabilidad ética y sostenibilidad*

		Responsabilidad ética	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Responsabilidad ética	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,668**
		N	,001
	Sostenibilidad	Coeficiente de correlación	103
		Sig. (bilateral)	,668**
		N	1,000

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

### Interpretación:

Como se muestra en la tabla 15 la dimensión responsabilidad ética está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.668 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 2

Ha: Existe relación significativa entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

H0: No existe relación significativa entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Tabla 16

*Prueba de correlación según Spearman entre responsabilidad legal y sostenibilidad*

			Responsabilidad legal	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Responsabilidad legal	Coeficiente de correlación	1,000	,683**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	103	103
	Sostenibilidad	Coeficiente de correlación	,683**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	103	103

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

### Interpretación:

Como se muestra en la tabla 16 la dimensión responsabilidad legal está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.683 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2 y se rechaza la hipótesis nula.

### Hipótesis específica 3

Ha: Existe relación significativa entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

H0: No existe relación significativa entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Tabla 17

*Prueba de correlación según Spearman entre responsabilidad económica y sostenibilidad*

			Responsabilidad económica	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Responsabilidad económica	Coeficiente de correlación	1,000	,673**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	103	103
	Sostenibilidad	Coeficiente de correlación	,673**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	103	103

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

### Interpretación:

Como se muestra en la tabla 17 la dimensión responsabilidad económica está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.673 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la hipótesis nula

## **IV. Discusión**

A través de los resultados obtenidos se observó que el 32.04% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la variable responsabilidad social, el 49.51% presentan un nivel medio y un 18.45% un nivel bajo y el 36.89% perciben un nivel alto con respecto a la variable sostenibilidad, el 45.63% un nivel medio y un 17.48% un nivel bajo. Y con respecto a la comprobación de la hipótesis en la tabla 14 la variable responsabilidad social está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula.

Algunos estudios tales como Marquina (2012), acerca de la influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos. La investigación brindó evidencia empírica de la relación positiva existente entre la Responsabilidad Social Empresarial y el comportamiento de compra de la muestra. Los resultados del estudio indican que el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en su conjunto es superior al de las Competencias Corporativas. Existiendo una similitud con el presente estudio con respecto a la comprobación de la hipótesis donde se manifiesta un grado de relación significativo y positivo.

Así mismo en un estudio realizado por Lapa (2014), acerca de la responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú. Concluyendo que la Responsabilidad social Empresarial es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Se ha demostrado que, la Responsabilidad Social Empresarial y la Colectividad Laboral se encuentran relacionadas o asociadas estadísticamente en forma independiente del azar. Existiendo una similitud con el presente estudio con respecto a la comprobación de la hipótesis donde se manifiesta una asociación significativa entre las variables de estudio.

Por otro lado, en el estudio realizado por Espinoza (2015), acerca de la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - período 2004 – 2014. Perú. Se concluyó que la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, impactó negativamente en el desarrollo sostenible en las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 – 2014; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son: Socialmente no sostenibles, cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado. Existiendo una contrariedad con el presente estudio con respecto a las variables responsabilidad social y sostenibilidad, en la cual se evidencia como resultado un nivel regular desde la percepción de los trabajadores.

Así mismo en el estudio realizado por Rozas (2012), acerca de la responsabilidad social como herramienta de la auditoría en las universidades públicas de Lima. Teniendo como conclusión, respecto a la Variable Responsabilidad Social Empresarial, que su aplicación es deficiente en las Universidades públicas Lima Metropolitana dedicadas a la enseñanza de las carreras profesionales de gestión empresarial. Existiendo una contrariedad con el presente estudio con respecto a la variable responsabilidad social, en la cual se evidencia como resultado un nivel regular desde la percepción de los trabajadores.

## **V. Conclusiones**



**Primera:** A través de los resultados obtenidos se concluye que la variable responsabilidad social está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula.

**Segunda:** A través de los resultados obtenidos se concluye que la dimensión responsabilidad ética está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.668 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula.

**Tercera:** A través de los resultados obtenidos se concluye que la dimensión responsabilidad legal está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.683 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2 y se rechaza la hipótesis nula.

**Cuarta:** A través de los resultados obtenidos se concluye que la dimensión responsabilidad económica está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.673 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la hipótesis nula.

## **VI. Recomendaciones**

**Primera:** Se recomienda dar a conocer el concepto de RSE a todos los colaboradores de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, objeto de estudio, por medio de capacitaciones para que puedan efectuar las acciones bajo éstos lineamientos e integrarla a la empresa.

**Segunda:** Se recomienda implementar una guía de RSE en la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, la cual incluya a cada dimensión mencionado en el presente estudio y efectuar acciones o proyectos a corto, mediano y largo plazo, evaluándolos periódicamente para analizar si se ha mejorado en cuestión a RSE y posicionarla como ventaja competitiva.

**Tercera:** Los directivos de la empresa no solo deben empaparse con información de la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial, sino deben dar a conocer a sus trabajadores y a las comunidades que trabajan directamente, cuales son los beneficios de poner en práctica una estrategia social empresarial y como con la ayuda de todos como equipo podrán ser una empresa más competitiva por ende contarán con una mayor ventaja con respecto a las otras.

**Cuarta:** Se debe fomentar con mayor ahínco no solo el preservar una imagen justa como empresa sino también serlo internamente. Así mismo el tema de la preservación del medio ambiente tiene un mayor protagonismo en la actualidad y debe estar presente en cualquier estrategia social empresarial.

## **VII. Referencias**

- Cabral, I. (2012). *El proceso de comunicación en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial como estrategia corporativa*. Argentina.
- Camejo, A., y Cejas, M. (2009). *Responsabilidad Social: Factor clave de la gestión de los Recursos Humanos en las organizaciones del siglo XXI*. España. Editorial: Nómadas
- Cano, J. (2011). *Percepción de la ética y la responsabilidad social empresarial en los ejecutivos de Monterrey, México*.
- Carrión, J. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Observatory on Debt in Globalization. Sustainability Portal. UNESCO Chair of Sustainability at UPC. Barcelona, España.
- Casas J., Labrador, R. y Campos, D. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*. España.
- Chamorro, A. (2001). *El marketing ecológico*. España: Editorial: Quinta edición campus.
- Chanduví, V. (2013). *El principio de causalidad en los gastos por prácticas de responsabilidad social empresarial en el Perú*. Perú.
- EAESP (Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo). (2007). *Informe de Actividades del Centro de Estudios de Sostenibilidad*. Brasil: Fundación Getúlio Vargas.
- Epstein, M. (2009). *Sostenibilidad Empresarial: Administración y medición de los impactos sociales, ambientales y económicos*. Bogotá. Editorial: Ecoe.
- European Commission. (2001). *The Green Paper, Promoting a European framework for corporate social responsibility*. Luxembourg: Office for official Publications of the European Communities.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. San Vicente Alicante. Editorial: Club Universitario.
- Henao, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Gestión En La Organización Pranha S.A*. Colombia. Para optar al título de Magister en Administración. Universidad Nacional De Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de Investigación*. Quinta edición. . México D.F. Editorial: Mc Graw-Hill Interamericana editores.

- Jáuregui, R., Martínez, V. y Torme, A. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial, Ideas y Reflexiones*. Madrid, España. Editorial: CEIM
- Jost, S. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Fundación Konrad Adenauer (KAS) en México.
- Lapa, L. (2014). *La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*. Perú.
- López, J. (2011). *Calidad laboral*. Instituto de Recerca en Economia Aplicada (IREA). Barcelona.
- Marquina, P. (2012). *La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos*. Perú
- Núñez, B. (2013). *La teoría de la responsabilidad social de las empresas: evolución y límites*. México.
- Olcese, A. (2009). *La Responsabilidad Social y el Buen Gobierno en la empresa, desde la Perspectiva del Consejo de Administración*. España.
- Perdigueiro, T. y García, A. (2005). *Crecimiento, Competitividad y Responsabilidad: Encrucijada Europea*. Barcelona: Universidad de Valencia.
- Romero, G. (2012). *Medir la sostenibilidad: indicadores económicos, ecológicos y sociales*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Rozas, A. (2012). *La responsabilidad social como herramienta de la auditoría en las universidades públicas de Lima*. Perú.
- Ruiz, J. (2013). *Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en Pyme Constructora Araucana*. Colombia.
- Samaniego, L. (2007). *Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Perú.
- Sánchez, N. (2012). *La sostenibilidad en el sector empresarial*. UPC Universitat Politècnica de Catalunya Máster en Sostenibilidad.
- Scade, J. (2012). *Responsabilidad social y Sostenibilidad empresarial*. Perú.
- Schwalb y Malca. (2004). *Responsabilidad Social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Universidad del Pacífico. 1era edición. Perú.
- Striedinger, J. (2014). *Responsabilidad social para las pymes-sector calzado bajo la norma ISO 26000*. Bogotá. Universidad Nueva Granada

Zapata, L. (2012). *Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad*. Perú.

Velasco, E. y Gondra, J. (2005). *Responsabilidad social corporativa*: Castellón de la Plana. Universidad Jaume.

## **VIII. Anexos**



## **Anexo 01: Artículo científico**

### **1. TÍTULO**

Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017.

### **2. AUTOR**

Br. Julia Idola Chávez Villanueva

### **3. RESUMEN**

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017. La investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de tipo básica, siendo descriptivo y correlacional, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar el instrumento cuestionario para las variables con una escala de Likert, en la cual la muestra brindó información acerca de las variables de estudio y sus dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente. Siendo un muestreo probabilístico puesto que todos los trabajadores tienen la misma opción de ser elegidos. A través de los resultados obtenidos se observó que el 32.04% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la variable responsabilidad social, el 49.51% presentan un nivel medio y un 18.45% un nivel bajo y el 36.89% perciben un nivel alto con respecto a la variable sostenibilidad, el 45.63% un nivel medio y un 17.48% un nivel bajo. Y con respecto a la comprobación de la hipótesis en la tabla 14 la variable responsabilidad social está relacionada directa y positivamente con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula.

### **4. PALABRAS CLAVE**

Responsabilidad social, sostenibilidad, económico, social y ecológico.

### **5. ABSTRACT**

The research aimed to determine the relationship between social responsibility and sustainable development of the provider of the program Qaliwarma, 2017. Research used for its intended purposes Basic, descriptive and correlational type non-experimental design, which collected the information in a specified period, that was developed by

applying the instrument questionnaire for the variables on a scale of Likert, in which the sample provided information about the variables of study and its dimensions, whose results are presented graphically and textually. Being a sampling since probability that all workers have the same option be chosen. Through the results obtained it was observed that the 32.04% of surveyed workers have a high standard with respect to the variable social responsibility, the 49.51% have a medium and a 18.45% a low level and the 36.89% perceive a high level with with respect to variable sustainability, the 45.63% a medium level and a 17.48% a low level. And with respect to the verification of the hypothesis in the table 14 the variable social responsibility is related directly and positively variable sustainability, according to the Spearman correlation of 0.687 represented this as moderate result with one statistical significance of  $p = 0.001$  being less than 0.05. Therefore, accepted the main hypothesis and the null hypothesis is rejected.

## **6. KEYWORDS**

Social responsibility, sustainability, economic, social and ecological.

## **7. INTRODUCCIÓN**

Para la realización del presente trabajo de investigación se buscaron antecedentes y se consideró pertinente describir los siguientes:

Striedinger (2014) en su tesis titulada responsabilidad social para las pymes-sector calzados bajo la norma ISO 26000. Los resultados de la investigación proporcionan a las Pymes del sector del calzado en Colombia, una visión diferente sobre lo que significa ser una empresa socialmente responsable, demuestra que a través de simples prácticas y un enfoque administrativo diferente, pueden generar valor a sus empleados, clientes, comunidad, entidades gubernamentales, gremios del sector, accionistas, y demás grupos. Así también, Henao (2013) en su tesis titulada la Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión en la Organización Pranha S.A. Colombia. En la cual concluyó que la integración de los elementos conceptuales de la RSE en una estrategia de gestión, le permite a Pranha una nueva manera de aproximarse al mercado y a la sociedad; no como una táctica de imagen o filantropía, sino como un instrumento de generación de valor y herramienta de diferenciación y competitividad, sustentada en el mediano y largo plazo

Teorías relacionadas al tema, según Jost (2012), mencionó que la responsabilidad social empresarial: Es una aportación de análisis y conocimiento de la empresa, que parte primeramente de la reflexión interna para aflorar, definir y reafirmar los objetivos y

principios con los que se lleva adelante el proyecto empresarial, tomando en cuenta las vías de interacción con sus trabajadores; la evolución de las relaciones con los proveedores; la comunicación y búsqueda de satisfacción de los clientes; la retribución a los accionistas, si los tuviere; así como, por último, las múltiples relaciones con la comunidad en que ejerce la actividad y el entorno en el que opera. Con respecto a la sostenibilidad empresarial, Sánchez (2012) refirió que, para el sector empresarial, el concepto de sostenibilidad representa un nuevo enfoque para hacer negocios. Al desarrollar sus actividades las empresas promueven la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, preservando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin desprestigiar la viabilidad económica y financiera de la empresa.

Problema general: ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?

Problemas específicos: ¿Qué relación existe entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?, ¿Qué relación existe entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?, ¿Qué relación existe entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?

Hipótesis general: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Hipótesis específicas: Existe relación significativa entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017., Existe relación significativa entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017., Existe relación significativa entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017., Determinar la relación que existe entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017., Determinar la relación que existe entre la responsabilidad económica y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.

## 8. METODOLOGÍA

La investigación que se realizó es del tipo básica pues intenta responder un problema teórico de las variaciones de un modelo y se orienta a describir y explicar. Así mismo fue descriptivo correlacional. El Diseño fue no experimental porque se realiza sin manipular deliberadamente las variables y transversal. La población estuvo constituida por 140 trabajadores de la empresa proveedora del Qaliwarma Soluciones Alimenticias SAC. La muestra fue de 103 trabajadores y el muestreo fue probabilístico, aleatorio. Los instrumentos tuvieron validez y confiabilidad Alpha de Cronbach para las variables. En los métodos de análisis de datos se realizó estadística descriptiva e inferencial, pruebas no paramétricas Rho de Spearman.

## 9. RESULTADOS

**En la prueba de hipótesis general** la variable responsabilidad social está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula.

**En la primera hipótesis específica** la dimensión responsabilidad ética está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.668 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula. **En la segunda hipótesis específica** la dimensión responsabilidad legal está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.683 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2 y se rechaza la hipótesis nula. **En la tercera hipótesis** la dimensión responsabilidad económica está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.673 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la hipótesis nula.

## 10. DISCUSIÓN

A través de los resultados obtenidos se observó que el 32.04% de los trabajadores encuestados presentan un nivel alto con respecto a la variable responsabilidad social, el 49.51% presentan un nivel medio y un 18.45% un nivel bajo y el 36.89% perciben un nivel alto con respecto a la variable sostenibilidad, el 45.63% un nivel medio y un 17.48% un

nivel bajo. Y con respecto a la comprobación de la hipótesis en la tabla 14 la variable responsabilidad social está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula. Algunos estudios tales como Marquina (2012), acerca de la influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos. La investigación brindó evidencia empírica de la relación positiva existente entre la Responsabilidad Social Empresarial y el comportamiento de compra de la muestra. Los resultados del estudio indican que el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en su conjunto es superior al de las Competencias Corporativas. Existiendo una similitud con el presente estudio con respecto a la comprobación de la hipótesis donde se manifiesta un grado de relación significativo y positivo. Así mismo en un estudio realizado por Lapa (2014), acerca de la responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú. Concluyendo que la Responsabilidad social Empresarial es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Se ha demostrado que, la Responsabilidad Social Empresarial y la Colectividad Laboral se encuentran relacionadas o asociadas estadísticamente en forma independiente del azar. Existiendo una similitud con el presente estudio con respecto a la comprobación de la hipótesis donde se manifiesta una asociación significativa entre las variables de estudio. Por otro lado, en el estudio realizado por Espinoza (2015), acerca de la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - período 2004 – 2014. Perú. Se concluyó que la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, impactó negativamente en el desarrollo sostenible en las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 – 2014; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son: Socialmente no sostenibles, cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado. Existiendo una contrariedad con el presente estudio con respecto a las variables responsabilidad social y sostenibilidad, en la cual se evidencia como resultado un nivel regular desde la percepción de los trabajadores. Así mismo en el estudio realizado por Rozas (2012), acerca de la responsabilidad social como herramienta de la auditoría en las universidades públicas de Lima. Teniendo como conclusión, respecto a la Variable Responsabilidad Social Empresarial, que su aplicación es deficiente en las Universidades públicas Lima Metropolitana dedicadas a la enseñanza de las carreras profesionales de gestión empresarial. Existiendo una contrariedad con el

presente estudio con respecto a la variable responsabilidad social, en la cual se evidencia como resultado un nivel regular desde la percepción de los trabajadores.

## **11. CONCLUSIONES**

Primera: A través de los resultados obtenidos se concluye que la variable responsabilidad social está relacionada de forma con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.687 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis principal y se rechaza la hipótesis nula. Segunda: A través de los resultados obtenidos se concluye que la dimensión responsabilidad ética está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.668 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula. Tercera: A través de los resultados obtenidos se concluye que la dimensión responsabilidad legal está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.683 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2 y se rechaza la hipótesis nula. Cuarta: A través de los resultados obtenidos se concluye que la dimensión responsabilidad económica está relacionada de forma directa con la variable sostenibilidad, según la correlación de Spearman de 0.673 representado este resultado como moderado con una significancia estadística de  $p=0.001$  siendo menor que el 0.05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la hipótesis nula.

## **12. REFERENCIAS**

- Cabral, I. (2012). *El proceso de comunicación en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial como estrategia corporativa*. Argentina.
- Camejo, A., y Cejas, M. (2009). *Responsabilidad Social: Factor clave de la gestión de los Recursos Humanos en las organizaciones del siglo XXI*. *Nómadas* (21), 127-142.
- Cano, J. (2011). *Percepción de la ética y la responsabilidad social empresarial en los ejecutivos de Monterrey, México*.
- Carrión, J. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Observatory on Debt in Globalization. Sustainability Portal. UNESCO Chair of Sustainability at UPC. Barcelona, España.
- Casas J., Labrador, R. y Campos, D. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*. España.

- Chamorro, A. (2001). *El marketing ecológico*. España: 5campus.
- Chanduví, V. (2013). *El principio de causalidad en los gastos por prácticas de responsabilidad social empresarial en el Perú*.
- EAESP (Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo). (2007). *Informe de Actividades del Centro de Estudios de Sostenibilidad*. Brasil: Fundación Getúlio Vargas.
- Epstein, M. (2009). *Sostenibilidad Empresarial: Administración y medición de los impactos sociales, ambientales y económicos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- European Commission. (2001). *The Green Paper, Promoting a European framework for corporate social responsibility*. Luxembourg: Office for official Publications of the European Communities.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. San Vicente Alicante: Editorial Club Universitario.
- Henao, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Gestión En La Organización Pranha S.A.* Colombia. Para optar al título de Magister en Administración. Universidad Nacional De Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de Investigación*. Quinta edición. . México D.F.: Mc Graw-Hill Interamericana editores.
- Jáuregui, R., Martínez, V. y Torme, A. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial, Ideas y Reflexiones*. Madrid, España: CEIM
- Jost, S. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Fundación Konrad Adenauer (KAS) en México.
- Lapa, L. (2014). *La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*.
- López, J. (2011). *Calidad laboral*. Barcelona: Instituto de Recerca en Economía Aplicada (IREA).
- Marquina, P. (2012). *La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos*. Perú
- Núñez, B. (2013). *La teoría de la responsabilidad social de las empresas: evolución y límites*. México.
- Olcese, A. (2009). *La Responsabilidad Social y el Buen Gobierno en la empresa, desde la Perspectiva del Consejo de Administración*.
- Perdigueiro, T. y García, A. (2005). *Crecimiento, Competitividad y Responsabilidad: Encrucijada Europea*. Barcelona: Universidad de Valencia.
- Romero, G. (2012). *Medir la sostenibilidad: indicadores económicos, ecológicos y sociales*. Universidad Autónoma de Madrid.

- Rozas, A. (2012). *La responsabilidad social como herramienta de la auditoría en las universidades públicas de Lima*.
- Ruiz, J. (2013). *Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en Pyme Constructora Araucana*. Colombia.
- Sánchez, N. (2012). *La sostenibilidad en el sector empresarial*. UPC Universitat Politècnica de Catalunya Máster en Sostenibilidad.
- Striedinger, J. (2014). *Responsabilidad social para las pymes-sector calzado bajo la norma ISO 26000*
- Zapata, L. (2012). *Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad*. Perú.
- Velasco, E. y Gondra, J. (2005). *Responsabilidad social corporativa*: Castellón de la Plana. Universidad Jaume.



### Matriz de consistencia de la investigación

TÍTULO: Responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017							
AUTORA: Br. Julia Idola Chávez Villanueva							
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
¿Qué relación existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?	Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.	Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.	<b>Variable 1: Responsabilidad social</b>				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Rangos
			Responsabilidad ética	Código de ética. Comité y consejo. Familiaridad con la empresa. Compromiso.	1,2,3, 4,5,	Casi nunca (1) Nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Bajo 15 - 34 Medio 35 - 54 Alto 55 - 75
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicos</b>	Responsabilidad legal	Políticas y mecanismos Formales. Programas. Satisfacción de los colaboradores.	6,7,8,9 , 10		
<b>Problema Específico 1</b> ¿Qué relación existe entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?	<b>Objetivo Específico 1</b> Determinar la relación que existe entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.	<b>Hipótesis Específico 1</b> Existe relación significativa entre la responsabilidad ética y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017.		Infraestructura. Beneficios. Valor agregado. Cuestiones ambientales, económicas y Sociales. Empresas comprometidas	11,12, 13, 14,15		
<b>Problema Específico 2</b> ¿Qué relación existe entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017?	<b>Objetivo específico 2</b> Determinar la relación que existe entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma, 2017. <b>Objetivo específico 3</b> Determinar la relación	<b>Hipótesis específico 2</b> Existe relación significativa entre la responsabilidad legal y el desarrollo sostenible de la empresa proveedora del					
			<b>Variable 2: Sostenibilidad</b>				
			Aspecto económico	Sistema de solución. Proceso de evaluación. Distribución Indicadores de	1,2,3, 4,5,	Escala: Ordinal  Cuestionario de actitudes Likert Casi nunca (1)	Bajo: 15 - 34 Medio: 35 -



## Anexo 2: Instrumentos de evaluación

### CUESTIONARIO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Estimado Colaborador (a)

El presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad la obtención de la información sobre la responsabilidad social de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma.

#### INSTRUCCIONES

Presentamos una escala valorativa, para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las afirmaciones según su experiencia o percepción de esta institución. Marque con un aspa (X), la alternativa que considere pertinente en cada caso de acuerdo a la pregunta planteada que a continuación se presentan.

Por favor contestar con la mayor sinceridad. Se garantiza total discreción y absoluta reserva.

#### Escala valorativa

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

#### DATOS GENERALES

Edad:

Cargo:

Grado de instrucción:

Secundaria Completa ( ) Nivel técnico superior ( ) Nivel superior ( )

	ITEMS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión 1: Responsabilidad ética		1	2	3	4	5
1	Se aplica un código de ética, la cual prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales para la obtención de ventajas comerciales.					
2	Se aplica un código de ética que					

	estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización.					
3	En la empresa se lleva a cabo comités, consejos responsables y formales por cuestiones éticas					
4	La empresa demuestra familiaridad con los temas propuestos y contemplados en el código de ética.					
5	La empresa expone adecuadamente sus compromisos éticos por medio de material institucional.					
<b>Dimensión 2: Responsabilidad legal</b>						
6	La empresa aplica políticas y mecanismos formales ante las preocupaciones, sugerencias y críticas de los colaboradores.					
7	En la empresa se establece política de integración de los trabajadores subcontratados, con la cultura, valores y principios de la empresa.					
8	La empresa aplica políticas explícitas de no discriminación, en la política salarial y en el despido de empleados.					
9	La empresa mantiene un programa especial para la contratación de personas con discapacidad.					
10	La empresa realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones					
<b>Dimensión 3 : Responsabilidad económica</b>						
11	La empresa contribuye con mejorías en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar.					
12	La Responsabilidad Social Empresarial constituye una oportunidad de mejorar los beneficios de la empresa.					
13	Las prácticas de responsabilidad					

	social agregan valor a la empresa					
<b>14</b>	La Responsabilidad Social Empresarial comprende la atención a cuestiones ambientales, económicas, laborales y sociales.					
<b>15</b>	El actual contexto de crisis económica incrementa el número de empresas interesadas en comprometerse socialmente y/o con el medio ambiente.					

## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### CUESTIONARIO SOBRE SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA

Estimado Colaborador (a)

El presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad la obtención de la información sobre la sostenibilidad de la empresa proveedora del Programa Qaliwarma.

#### INSTRUCCIONES

Presentamos una escala valorativa, para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las afirmaciones según su experiencia o percepción de esta institución. Marque con un aspa (X), la alternativa que considere pertinente en cada caso de acuerdo a la pregunta planteada que a continuación se presentan.

Por favor contestar con la mayor sinceridad. Se garantiza total discreción y absoluta reserva.

#### Escala valorativa

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

#### DATOS GENERALES

Edad:

Cargo:

Grado de instrucción:

Secundaria Completa ( ) Nivel técnico superior ( ) Nivel superior ( )

	ITEMS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	<b>Dimensión 1: Aspecto económico</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	La empresa informa que existe un sistema para hacer frente a las consecuencias, si la empresa quebrara.					
<b>2</b>	La empresa informa la implementación de un					

	conjunto mecanismos para identificar y evaluar la distribución de los costos, beneficios y riesgos resultantes de los proyectos realizados por la empresa.					
3	La empresa hace de conocimiento a todos los grupos de interés del proceso de evaluación de la distribución de costos y resultados.					
4	Considera que los grupos de interés están satisfechos con la distribución.					
5	Considera que los indicadores de insumo son requeridos por los gerentes y otros funcionarios para presupuestar y fijar prioridades.					
<b>Dimensión 2: Con respecto al aspecto social</b>						
6	Los indicadores de resultados son requeridos por los directivos para probar la eficacia de las metas y objetivos de la compañía y la comunidad.					
7	De no existir buenas relaciones en la empresa y los trabajadores, habrá posibilidades muchos menores de llevar a cabo un proyecto que respete el concepto de sostenibilidad.					
8	Los procesos de compromiso tienen por objeto asegurar que los grupos vulnerables tengan la oportunidad de participar en las decisiones que afectan a su propio futuro.					
9	Existe un mecanismo acordado para la solución de conflictos entendido por todos los grupos de interés.					
10	Se cuenta con los recursos					

	adecuados para asegurar que todos los grupos de interés puedan participar de manera efectiva, tal como se requiera.					
<b>Dimensión 3: Aspecto ecológico</b>						
<b>11</b>	Se promueven medidas de ahorro de energía.					
<b>12</b>	Se promueven medidas de ahorro de agua.					
<b>13</b>	La empresa toma medidas de bioseguridad.					
<b>14</b>	La empresa incorpora políticas ambientales en las decisiones, acciones y estrategias económicas, sociales y culturales.					
<b>15</b>	Se promueve la integración de las temáticas sociales, económicas y ambientales.					



### Anexo 03: Base de datos de la variable responsabilidad social

Encuestas	ITEM01	ITEM02	ITEM03	ITEM04	ITEM05	ITEM06	ITEM07	ITEM08	ITEM09	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
2	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5
3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3
5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
6	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3
7	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3
8	4	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3
9	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
10	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
11	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3
12	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5
13	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
14	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3
15	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3
16	3	5	5	5	5	5	3	5	4	3	3	3	4	3	3
17	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
18	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
19	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
20	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3
21	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
22	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3

23	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
24	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	3	3
25	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
26	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3
27	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3
28	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
29	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3
30	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
34	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	3	3
35	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
36	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3
37	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3
38	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5
39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
40	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
41	3	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
42	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
43	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3
44	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
45	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
46	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5

47	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
48	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
49	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
50	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4
51	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3
53	4	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3
54	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
55	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
56	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3
57	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
58	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3
59	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
61	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3
62	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
63	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
64	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
65	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3
66	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
67	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3
68	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
69	4	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4

71	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3
72	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3
73	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
74	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3
75	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3
77	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
78	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
79	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
80	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3
81	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
82	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3
83	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
84	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3
85	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
86	3	3	3	4	5	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3
87	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3
88	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
89	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
92	3	3	3	4	5	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3
93	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3
94	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3



### Base de datos de la variable sostenibilidad

Encuestas	ITEM01	ITEM02	ITEM03	ITEM04	ITEM05	ITEM06	ITEM07	ITEM08	ITEM09	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15
1	3	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3	5	4	5	5
2	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3
3	5	5	3	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3
4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
5	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
6	4	3	4	5	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
7	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
8	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3
9	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
10	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
11	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
12	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	3
13	4	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4
14	5	5	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3
15	5	3	4	3	3	3	5	4	5	5	4	4	3	4	3
16	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	5	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3
18	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
20	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4

22	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
23	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
24	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	3	3
25	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
26	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3
27	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3
28	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
29	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3
30	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
34	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	3	3
35	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
36	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3
37	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3
38	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5
39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
40	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
41	3	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
42	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
43	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3
44	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
45	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3

46	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
47	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
48	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
49	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
50	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4
51	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3
53	4	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3
54	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
55	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
56	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3
57	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
58	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3
59	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
61	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3
62	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
63	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
64	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
65	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3
66	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
67	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3
68	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
69	4	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3



70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
71	3	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3
72	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	3
73	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
74	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3
75	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3
76	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3
77	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3
78	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5
79	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3
80	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3
81	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4
82	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5
84	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3
85	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	3	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3
87	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3
88	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3
89	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	3
90	3	4	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5
91	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3
93	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4



## Anexo 04: Confiabilidad de los instrumentos

Variable responsabilidad social

### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	103	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	103	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	15

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM01	54,40	53,673	,440	,913
ITEM02	54,13	52,739	,555	,909
ITEM03	53,84	50,485	,611	,908
ITEM04	53,94	53,173	,561	,909
ITEM05	53,83	51,767	,562	,909
ITEM06	54,00	51,176	,614	,907
ITEM07	54,06	53,153	,469	,912
ITEM08	53,62	52,591	,570	,908
ITEM09	53,88	50,731	,703	,904
ITEM10	53,91	52,100	,703	,905
ITEM11	54,17	53,100	,612	,907
ITEM12	54,43	51,012	,681	,905
ITEM13	54,17	51,695	,652	,906
ITEM14	54,48	50,291	,751	,902
ITEM15	54,46	50,466	,734	,903

Variable sostenibilidad

**Resumen de procesamiento de  
casos**

	N	%
Casos Válido	103	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	103	100,0

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,867	15

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM01	55,39	43,593	,350	,868
ITEM02	55,44	43,739	,460	,861
ITEM03	55,01	42,951	,471	,861
ITEM04	55,16	42,917	,475	,861
ITEM05	55,17	42,237	,510	,859
ITEM06	55,05	42,772	,498	,860
ITEM07	55,26	42,862	,449	,862
ITEM08	55,08	43,151	,486	,860
ITEM09	55,19	42,256	,570	,856
ITEM10	55,37	41,392	,645	,852
ITEM11	55,45	42,622	,629	,854
ITEM12	55,69	40,824	,678	,850
ITEM13	55,60	41,164	,660	,852
ITEM14	55,71	43,679	,378	,866
ITEM15	55,80	42,948	,471	,861

## Anexo 05: Validación de expertos



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Dr. Hugo Lorenzo Agüero Alva

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención Admin. Negocios M.B.A de la UCV, en la sede Norte, promoción 2946-II aula 205 requiero validar los instrumentos con los cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el grado de Magister.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
Firma

Apellidos y nombre:  
Chavy Villanueva Julio

D.N.I: 22090516

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD ETICA</b>							
1	Se aplica un código de ética, la cual prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales para la obtención de ventajas comerciales.	✓		✓		✓		
2	Se aplica un código de ética que estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización.	✓		✓		✓		
3	En la empresa se lleva a cabo comités, consejos responsables y formales por cuestiones éticas	✓		✓		✓		
4	La empresa demuestra familiaridad con los temas propuestos y contemplados en el código de ética.	✓		✓		✓		
5	La empresa expone adecuadamente sus compromisos éticos por medio de material institucional.	✓		✓		✓		
	<b>DIMENSIÓN 2: RESPONSABILIDAD LEGAL</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	La empresa aplica políticas y mecanismos formales ante las preocupaciones, sugerencias y críticas de los colaboradores.	✓		✓		✓		
7	En la empresa se establece política de integración de los trabajadores subcontratados, con la cultura, valores y principios de la empresa.	✓		✓		✓		
8	La empresa aplica políticas explícitas de no discriminación, en la política salarial y en el despido de empleados.	✓		✓		✓		
9	La empresa mantiene un programa especial para la contratación de personas con discapacidad.	✓		✓		✓		

10	La empresa realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DIMENSIÓN 3: RESPONSABILIDAD ECONOMICA</b>									
11	La empresa contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	La Responsabilidad Social Empresarial constituye una oportunidad de mejorar los beneficios de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	La Responsabilidad Social Empresarial comprende la atención a cuestiones ambientales, económicas, laborales y sociales.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	El actual contexto de crisis económica incrementa el número de empresas interesadas en comprometerse socialmente y/o con el medio ambiente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si, hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: HUGO LOPEZ AGUIAR ALVA DNI: 43384358

Especialidad del validador: DOCTOR EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS / ASesor DE TESIS

14 de 9 del 2017

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SOSTENIBILIDAD**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: ASPECTO ECONOMICO								
1	La empresa informa que existe un sistema para hacer frente a las consecuencias, si la empresa quebrara.	✓		✓		✓		
2	La empresa informa la implementación de un conjunto mecanismos para identificar y evaluar la distribución de los costos, beneficios y riesgos resultantes de los proyectos realizados por la empresa.	✓		✓		✓		
3	La empresa hace de conocimiento a todos los grupos de interés del proceso de evaluación de la distribución de costos y resultados.	✓		✓		✓		
4	Considera que los grupos de interés están satisfechos con la distribución.	✓		✓		✓		
5	Considera que los indicadores de insumo son requeridos por los gerentes y otros funcionarios para presupuestar y fijar prioridades.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: ASPECTO SOCIAL								
6	Los indicadores de resultados son requeridos por los directivos para probar la eficacia de las metas y objetivos de la compañía y la comunidad.	✓		✓		✓		
7	De no existir buenas relaciones en la empresa y los trabajadores, habrá posibilidades muchos menores de llevar a cabo un proyecto que respete el concepto de sostenibilidad.	✓		✓		✓		
8	Los procesos de compromiso tienen por objeto asegurar que los grupos vulnerables tengan la oportunidad de participar en las decisiones que afectan a su propio futuro.	✓		✓		✓		
9	Existe un mecanismo acordado para la solución de conflictos entendido por todos los grupos de interés.	✓		✓		✓		



10	Se cuenta con los recursos adecuados para asegurar que todos los grupos de interés puedan participar de manera efectiva, tal como se requiera.								
	<b>DIMENSIÓN 3: ASPECTO ECOLOGICO</b>	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
11	Se promueven medidas de ahorro de energía.	/		/		/		/	
12	Se promueven medidas de ahorro de agua.	/		/		/		/	
13	La empresa toma medidas de bioseguridad.	/		/		/		/	
14	La empresa incorpora políticas ambientales en las decisiones, acciones y estrategias económicas, sociales y culturales.	/		/		/		/	
15	Se promueve la integración de las temáticas sociales, económicas y ambientales.	/		/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si, hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable ☐ No aplicable [ ]  
Apellidos y nombres del juez validador, Dr/Mg: LUIS LOPEZ AGUIAR DNI: 43384358  
Especialidad del validador: DOCTOR EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS / ASESOR DE TESIS

14 de 9 del 2017



Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita):

Samuel Rivera Castilla

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención Adm. Negocios. MBA de la UCV, en la sede North, promoción 2016-II aula 205 requiero validar los instrumentos con los cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el grado de Magister.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
Firma

Apellidos y nombre:

Charly Villanueva Julia

D.N.I: 22090516

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD ETICA								
1	Se aplica un código de ética, la cual prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales para la obtención de ventajas comerciales.	✓		✓		✓		
2	Se aplica un código de ética que estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización.	✓		✓		✓		
3	En la empresa se lleva a cabo comités, consejos responsables y formales por cuestiones éticas	✓		✓		✓		
4	La empresa demuestra familiaridad con los temas propuestos y contemplados en el código de ética.	✓		✓		✓		
5	La empresa expone adecuadamente sus compromisos éticos por medio de material institucional.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: RESPONSABILIDAD LEGAL								
6	La empresa aplica políticas y mecanismos formales ante las preocupaciones, sugerencias y críticas de los colaboradores.	✓		✓		✓		
7	En la empresa se establece política de integración de los trabajadores subcontratados, con la cultura, valores y principios de la empresa.	✓		✓		✓		
8	La empresa aplica políticas explícitas de no discriminación, en la política salarial y en el despido de empleados.	✓		✓		✓		
9	La empresa mantiene un programa especial para la contratación de personas con discapacidad.	✓		✓		✓		

10	La empresa realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>DIMENSIÓN 3: RESPONSABILIDAD ECONOMICA</b>									
11	La empresa contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	La Responsabilidad Social Empresarial constituye una oportunidad de mejorar los beneficios de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	La Responsabilidad Social Empresarial comprende la atención a cuestiones ambientales, económicas, laborales y sociales.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	El actual contexto de crisis económica incrementa el número de empresas interesadas en comprometerse socialmente y/o con el medio ambiente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [X]   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del Juez validador. Dr/Mg: Rivera Castilla Samuel   DNI: 07722877

Especialidad del validador: Mg. Administración

13 de 09 del 2017

  
Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SOSTENIBILIDAD**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: ASPECTO ECONOMICO</b>								
1	La empresa informa que existe un sistema para hacer frente a las consecuencias, si la empresa quebrara.	✓		✓		✓		
2	La empresa informa la implementación de un conjunto mecanismos para identificar y evaluar la distribución de los costos, beneficios y riesgos resultantes de los proyectos realizados por la empresa.	✓		✓		✓		
3	La empresa hace de conocimiento a todos los grupos de interés del proceso de evaluación de la distribución de costos y resultados.	✓		✓		✓		
4	Considera que los grupos de interés están satisfechos con la distribución.	✓		✓		✓		
5	Considera que los indicadores de insumo son requeridos por los gerentes y otros funcionarios para presupuestar y fijar prioridades.	✓		✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: ASPECTO SOCIAL</b>								
6	Los indicadores de resultados son requeridos por los directivos para probar la eficacia de las metas y objetivos de la compañía y la comunidad.	✓		✓		✓		
7	De no existir buenas relaciones en la empresa y los trabajadores, habrá posibilidades muchos menores de llevar a cabo un proyecto que respete el concepto de sostenibilidad.	✓		✓		✓		
8	Los procesos de compromiso tienen por objeto asegurar que los grupos vulnerables tengan la oportunidad de participar en las decisiones que afectan a su propio futuro.	✓		✓		✓		
9	Existe un mecanismo acordado para la solución de conflictos entendido por todos los grupos de interés.	✓		✓		✓		

10	Se cuenta con los recursos adecuados para asegurar que todos los grupos de interés puedan participar de manera efectiva, tal como se requiera.	<input checked="" type="checkbox"/>							
	<b>DIMENSIÓN 3: ASPECTO ECOLÓGICO</b>	Si	No	Si	No	Si	No		
11	Se promueven medidas de ahorro de energía.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
12	Se promueven medidas de ahorro de agua.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
13	La empresa toma medidas de bioseguridad.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
14	La empresa incorpora políticas ambientales en las decisiones, acciones y estrategias económicas, sociales y culturales.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
15	Se promueve la integración de las temáticas sociales, económicas y ambientales.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ☒   No aplicable ☐  
Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Rivera Castillo, Samuel   DNI: 077 22 877  
Especialidad del validador: Mg. Administración

13 de 09 del 2017

**\*Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
**\*Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
**\*Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Julia Bernal Pacheco

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención Adm. Negocios... MBA de la UCV, en la sede Norte, promoción 2016, II aula 205, requiero validar los instrumentos con los cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el grado de Magister.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma-2017 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
Firma

Apellidos y nombre:  
Chavez Villanueva Julia

D.N.I: 22090516

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD ETICA</b>								
1	Se aplica un código de ética, la cual prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales para la obtención de ventajas comerciales.	✓	✓	✓		✓		
2	Se aplica un código de ética que estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización.	✓	✓	✓		✓		
3	En la empresa se lleva a cabo comités, consejos responsables y formales por cuestiones éticas	✓	✓	✓		✓		
4	La empresa demuestra familiaridad con los temas propuestos y contemplados en el código de ética.	✓	✓	✓		✓		
5	La empresa expone adecuadamente sus compromisos éticos por medio de material institucional.	✓	✓	✓		✓		
<b>DIMENSIÓN 2: RESPONSABILIDAD LEGAL</b>								
6	La empresa aplica políticas y mecanismos formales ante las preocupaciones, sugerencias y críticas de los colaboradores.	✓	✓	✓		✓		
7	En la empresa se establece política de integración de los trabajadores subcontratados, con la cultura, valores y principios de la empresa.	✓	✓	✓		✓		
8	La empresa aplica políticas explícitas de no discriminación, en la política salarial y en el despido de empleados.	✓	✓	✓		✓		
9	La empresa mantiene un programa especial para la contratación de personas con discapacidad.	✓	✓	✓		✓		




10	La empresa realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<b>DIMENSIÓN 3: RESPONSABILIDAD ECONOMICA</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
11	La empresa contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda la comunidad disfrutar.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	La Responsabilidad Social Empresarial constituye una oportunidad de mejorar los beneficios de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	La Responsabilidad Social Empresarial comprende la atención a cuestiones ambientales, económicas, laborales y sociales.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	El actual contexto de crisis económica incrementa el número de empresas interesadas en comprometerse socialmente y/o con el medio ambiente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐  
Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Julio Bernal Pacheco DNI: 06115336  
Especialidad del validador: Ingeniero Industrial

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de 09 de del 20 17  
  
Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SOSTENIBILIDAD**

Nº	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: ASPECTO ECONOMICO								
1	La empresa informa que existe un sistema para hacer frente a las consecuencias, si la empresa quebrara.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2	La empresa informa la implementación de un conjunto mecanismos para identificar y evaluar la distribución de los costos, beneficios y riesgos resultantes de los proyectos realizados por la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3	La empresa hace de conocimiento a todos los grupos de interés del proceso de evaluación de la distribución de costos y resultados.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
4	Considera que los grupos de interés están satisfechos con la distribución.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
5	Considera que los indicadores de insumo son requeridos por los gerentes y otros funcionarios para presupuestar y fijar prioridades.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
DIMENSIÓN 2: ASPECTO SOCIAL								
6	Los indicadores de resultados son requeridos por los directivos para probar la eficacia de las metas y objetivos de la compañía y la comunidad.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
7	De no existir buenas relaciones en la empresa y los trabajadores, habrá posibilidades muchos menores de llevar a cabo un proyecto que respete el concepto de sostenibilidad.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
8	Los procesos de compromiso tienen por objeto asegurar que los grupos vulnerables tengan la oportunidad de participar en las decisiones que afectan a su propio futuro.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
9	Existe un mecanismo acordado para la solución de conflictos entendido por todos los grupos de interés.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

10	Se cuenta con los recursos adecuados para asegurar que todos los grupos de interés puedan participar de manera efectiva, tal como se requiera.									
	<b>DIMENSIÓN 3: ASPECTO ECOLOGICO</b>									
11	Se promueven medidas de ahorro de energía.	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
12	Se promueven medidas de ahorro de agua.	✓		✓		✓		✓		
13	La empresa toma medidas de bioseguridad.	✓		✓		✓		✓		
14	La empresa incorpora políticas ambientales en las decisiones, acciones y estrategias económicas, sociales y culturales.	✓		✓		✓		✓		
15	Se promueve la integración de las temáticas sociales, económicas y ambientales.	✓		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    ☒    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]  
Apellidos y nombres del juez validador: Julio Bernal Pacheco    DNI: 8615326  
Especialidad del validador: Ingeniero Industrial

13 de 09 del 2017  
  
Firma del Experto Informante.

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## Anexo 06: Oficio donde se realizó el estudio



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Ate, 05 de Setiembre del 2017

SOLICITO: Consentimiento para realizar  
Encuesta al personal de su representada.

SEÑORES  
SOLUCIONES ALIMENTICIAS SAC  
PRESENTE.-

Yo, JULIA IDOLA CHAVEZ VILLANUEVA, identificada con DNI: 22090516, domiciliada en Calle Berlín N°392 Urb. Los Portales de Javier Prado III etapa Ate, me dirijo a usted para manifestarle lo siguiente:

1. Que estando cursando estudios de Maestría en Administración de Negocios MBA en la Universidad Particular Cesar vallejo en la sede de Lima Norte (con código de alumno N° 6000138886), a la fecha me encuentro en la etapa final de la Maestría en mención.
2. Que vengo terminando a la fecha el curso de Proyecto de Investigación y seguido iniciando el curso de Desarrollo de Proyecto de Investigación, en la cual se está desarrollando propiamente una tesis de investigación para poder sustentar y optar el grado de Magister en la especialidad de Magister en Administración de Negocios MBA.
3. Que mi proyecto de investigación lo estoy desarrollando en el tema de responsabilidad Social, siendo el título de mi trabajo **"RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD DE UNA EMPRESA PROVEEDORA DEL PROGRAMA QALIWARMA 2017"**, Siendo por tanto un estudio de tipo aplicada, con un nivel descriptivo correlacional, que describirá las variables de estudio y se medirá el grado de relacion entre ellas y en enfoque cuantitativo utilizando la técnica de encuesta.
4. Como parte del estudio de dicho trabajo, resulta necesario realizar algunas encuestas a nivel de muestreo al personal de su representada que tienen relación con las variables Responsabilidad Social y la variable Sostenibilidad, para después aplicando métodos estadísticos mediante un softwer SPSS, procesar la información obtenida y sacar una conclusión respecto a la correlación entre dichas variables y a la confirmación o negación de las hipótesis nulas y alternas planteadas como parte de la investigación. Que el resultado final será plasmado en la tesis final elaborada por la suscrita, la misma que pasará a formar parte de la biblioteca de la Universidad Particular Cesar vallejo.
5. Que estando a lo antes expuesto, solicito a Usted me pueda brindar su consentimiento por escrito, para realizar las encuestas y así poder sustentarlo y finalmente poder optar el grado de Magister en Administración de Negocios MBA

Sin otro particular, quedo de Usted.  
Atentamente,

  
Julia Idola Chavez Villanueva  
DNI 22090516





## SOLUCIONES ALIMENTICIAS S.A.C.

Ate, 06 de Setiembre 2017

SEÑORA  
JULIA IDOLA CHAVEZ VILLANUEVA  
Presente.-

**Referencia:** Solicitud 05 de Setiembre del 2017

Demi mayor consideración:

Tengo a bien dirigirme a usted en relación al documento de la referencia, mediante el cual solicita autorización para realizar encuesta al personal de su representada, a fin de desarrollar el trabajo de investigación (Tesis) para optar el grado de Magister en Administración de negocios MBA en la Universidad Particular Cesar Vallejo.

En atención a lo solicitado, autorizo se realice las encuestas que considere necesarias, esto con la finalidad de contribuir al trabajo de investigación que viene desarrollando el cual esperamos contribuya en la mejora de mi representada, asimismo usted pueda sustentar su estudio y obtener el grado de Magister en Administración de Negocios MBA en la Universidad Particular Cesar Vallejo.

Atentamente,

**SOAL S.A.C.**  
  
**Carlos Bernal Guerra**  
JEFE DE VENTAS



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### **Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis**

Yo, Luzmila Lourdes Garro Aburto asesor del curso de Desarrollo de proyecto de investigación y revisor de la tesis del estudiante Br. Julia Idola Chávez Villanueva titulada: ***Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa proveedora del Programa Qaliwarma - 2017.*** Constató que la misma tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de originalidad del programa *turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituye plagio. A mi leal saber y entender, la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 02 de Abril del 2018

Luzmila Lourdes Garro Aburto

DNI: 09469026

Feedback Studio - Google Chrome

Es seguro | <https://ev.tumitin.com/app/carta/es/?u=1051413501&s=1&ro=103&o=936958817&lng=es>

feedback studio

MBA

Resumen de coincidencias

20 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4 %
2	upcommons.upc.edu Fuente de Internet	3 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	www.docstoc.com Fuente de Internet	1 %
5	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1 %
6	www.bibliotecavirtual.l... Fuente de Internet	1 %
7	www.gremiomadrid.org Fuente de Internet	1 %

Text only Report

Página: 1 de 100 | Número de palabras: 21190

Ciencias empresariales

ESCUELA DE POSGRADO  
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Responsabilidad social y sostenibilidad de una empresa  
proveedora del Programa Qaliwarma-2017

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA)

AUTORA:  
Dr. Julia Idalia Chávez Villanueva

ASESOR:  
Dra. Lurmina Lourdes Garro Abanto

SECCIÓN:  
Ciencias empresariales

01:16 p.m.  
02/04/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Chavez Villanueva Julia Idolo

D.N.I. : 22090516

Domicilio : Calle Berlin 392 Urb. los Portales de Javier Prado Ate.

Teléfono : Fijo : 351.6347 Móvil 995521913

E-mail : jchavezvillanueva@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☐ Tesis de Pregrado

Facultad : .....

Escuela : .....

Carrera : .....

Título : .....

☒ Tesis de Posgrado

☒ Maestría

Grado : Maestría

Mención : Administración de Negocios - MBA

☐ Doctorado

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Chavez Villanueva Julia Idolo

Título de la tesis:

Responsabilidad Social y Sostenibilidad de una  
Empresa Proveedora del Programa Calinamarca 2017

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

*Julia Idolo Chavez Villanueva*

Fecha :

09/07/2018





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESPECIE VALORADA S/

OFICINA DE FINANZAS DEL ALUMNO



# FORMATO DE SOLICITUD

Solicita: Visto bueno  
Para empastado

Yo,

Julia Leizaola Villanueva  
(Nombres y apellidos del solicitante)

con DNI N.º 22090516

y domicilio en Calle Berlin N.º 392 Urb. Los Portales de Javier Prado N.

en mi condición de Alumno

(Padre/madre/apoderado/tutor)

del alumno(a) \_\_\_\_\_

con código de alumno o código de matrícula N.º 600013886

de la Escuela Profesional de \_\_\_\_\_ recorro a

su honorable despacho para solicitar lo siguiente:

Visto bueno para el empastado de mi tesis  
Para optar al grado de Magister en Administración  
de Negocios MBA.  
(explica con claridad el asunto)

Por lo expuesto, agradeceré se atienda mi petición.



Lima, 08 de Junio de 2018

Anexos:

- A. Ejemplar de tesis corregida
- B. Ejemplar de tesis con sello
- C. Resolución Direct. 0402-2018
- D. Dictamen Final

Firma del solicitante